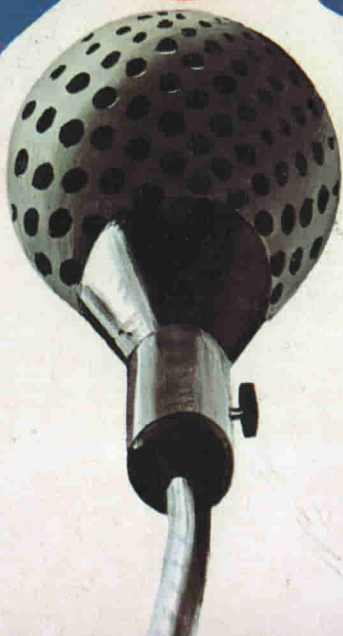


DANIELE  
DOGLIO

LA

GIUSEPPE  
RICHERI

# RADIO



OSCAR  
MONDADORI



ORIGINI  
STORIA  
MODELLI

## **Gli Oscar**

la biblioteca per tutti: la più completa,  
la più organica, la più economica

Negli Oscar: opere classiche e di narrativa contemporanea, testi di poesia e teatro, libri di storia e testimonianze, antologie, saggi, fumetti e manuali, romanzi gialli e di fantascienza, per ogni esigenza di lettura, di studio, d'informazione, di orientamento

## **Oscar documenti ultimi volumi pubblicati**

Quaderno d'Israele  
di Giorgio Voghera

I misteri di Alleghes  
di Sergio Saviane

Lettere ai familiari  
di Giovanni XXIII

La vita oltre la vita  
di Raymond A. Moody jr.

Gli italiani in Africa  
di Franco Bandini

Magia degli animali  
di Patrizia Krachmalnicoff

Oscar documenti





Daniele Doglio  
Giuseppe Richeri

**La radio**

*Origini, storia, modelli*

Arnoldo  
Mondadori  
Editore

© 1980 Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., Milano  
I edizione Oscar Mondadori agosto 1980

# La radio

*Origini, storia, modelli*

a Louise e Jo  
a Cristina



## Premessa

I grandi mezzi di comunicazione, telefono, radio, televisione, sono realtà ancora troppo recenti perché si possa parlare nel loro caso di una *Storia* in senso stretto. Pure è già possibile nei loro confronti una analisi critica conoscitiva delle vicende di natura tecnologica, scientifica, politica, culturale e organizzativa che ne hanno caratterizzato il rapido affermarsi nella società contemporanea.

La radio, mezzo fra i più vetusti (e forse alla fine del suo sviluppo tecnologico) vive oggi a livello internazionale un grande rilancio.

Superata la crisi determinata dall'avvento della televisione negli anni '50, la radio si è data un assetto diverso, nuovi obiettivi, dimostrandosi tra i mezzi di comunicazione di massa forse il più flessibile, certo il più facile a adattarsi ai nuovi bisogni di comunicazione che caratterizzano la nostra epoca.

In Italia il rilancio della radio ha preso la forma delle migliaia di radio locali private intorno alle quali si raccolgono alcuni milioni di utenti e una massa di operatori radiofonici non inferiore alle cinquantamila persone, in massima parte giovani.

Tuttavia a fronte di questa situazione di espansione e di interesse crescente non si può dire che abbondino gli strumenti di informazione e di formazione sul mezzo radiofonico. Chi entrasse in una qualsiasi libreria inglese, americana, tedesca o francese, troverebbe sulla radio una vastissima bibliografia, opere antiche come la radio e opere recentissime. In Italia le uniche pubblicazioni recenti si riferiscono alla storia della radio nel periodo fascista. Nello stendere que-

sto volume abbiamo cercato quindi di colmare almeno in parte questo *gap* informativo.

I primi capitoli di questo libro sono interamente dedicati alla nascita dei modelli organizzativi della radiofonia che abbiamo chiamato *classici*, così come sono venuti strutturandosi in Gran Bretagna e negli Stati Uniti, i paesi che più di ogni altro hanno contribuito allo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa, in questo secolo. A fronte di questi modelli abbiamo analizzato il particolare caso italiano nella sua evoluzione più recente.

Ma la radio è anche *altro* dai modelli classici, e alle *altre* radio, da quella nazista alle radio bianche, grigie e nere della propaganda, fino alle radio dei movimenti di liberazione e alle radio di resistenza, abbiamo dedicato un capitolo.

Al problema specifico della radio educativa nelle sue diverse forme fino alla sua estinzione nell'ambito di sistemi multimediali di insegnamento a distanza è dedicata una attenzione particolare nel capitolo « La radio come strumento di educazione e sviluppo ».

In due parti, un capitolo e una appendice, abbiamo affrontato la questione delle frequenze cercando di evidenziare l'evoluzione da una fase strettamente tecnica a una fase, quella attuale, dove l'aspetto politico è dominante. Un capitolo finale sulle prospettive della radio negli anni '80 quando il sistema mondiale delle comunicazioni sarà investito dai nuovi satelliti di comunicazione a diffusione diretta, e una appendice bibliografica concludono il volume.

I capitoli I, III, IV, V, VI, VII, X sono stati redatti da Daniele Doglio.  
I capitoli II, VIII, IX, e l'Appendice 1 sono stati redatti da Giuseppe Richeri.

## Capitolo I

### Alle origini

« Prendete un altro elettricista. » Alla regina Vittoria di Inghilterra, signora dell'impero più vasto dai tempi di Carlo V, parve naturale reagire così. Il giovane Marconi, cercando il posto migliore per piazzare l'antenna che doveva tenere informata l'ansiosa sovrana sulle condizioni del Principe di Galles in crociera per rimettersi dai postumi di un infortunio, era entrato in una zona interdetta ai servitori. Il giardiniere reale non poteva far altro che espellerlo.<sup>1</sup> Correva l'anno 1898. Da un anno Marconi aveva brevettato in Gran Bretagna la sua prima invenzione, il *telegrafo senza fili*; da un anno era nata, con il concorso di una piccola ma florida azienda inglese, la *Marconi's Wireless Telegraph Company LTD* detentrici dei brevetti Marconi e capofila di tutte le Marconi Companies che di lì a poco avrebbero moltiplicato le fortune dell'inventore bolognese.

A suo modo la Regina aveva cercato inconsciamente di opporsi allo sviluppo delle comunicazioni, ma l'Impero britannico tenuto assieme com'era dalle linee di navigazione e dagli esili cavi oceanici del telegrafo classico non poteva fare a meno di Marconi. Il controllo virtuale di tutte le linee di comunicazione, per quanto imponente, era militarmente indifendibile. Cosa sarebbe successo in caso di guerra nessuno poteva saperlo. Così Vittoria si tenne quell'*elettricista* e Marconi trovò in Inghilterra quel naturale cliente che il Governo italiano non aveva saputo essere. Se Marconi si trasferì in Inghilterra con la madre irlandese, infatti, fu so-

<sup>1</sup> L'episodio è citato in Degna Marconi, *My father Marconi*, Mc Graw Hill, New York 1962.

prattutto per la leggerezza del ministero italiano delle Poste che non ritenne doversi interessare ai suoi esperimenti.

In Gran Bretagna Marconi trovò subito validi interlocutori, soprattutto in Sir William Preece, direttore del dipartimento telegrafico del Post Office (il ministero inglese delle Poste e telecomunicazioni) che gli permise di continuare gli esperimenti. In Gran Bretagna le compagnie telegrafiche erano in mano privata, ma sin dall'*Electric Telegraph Act* del 1863 lo stato, attraverso il Post Office, esercitava su di esse un controllo diretto e gli affari pubblici avevano priorità assoluta e diritto alla segretezza nelle comunicazioni. Marconi poté così avviare una impresa commerciale privata e godere contemporaneamente dell'appoggio e della protezione dello stato.

La storia dei mezzi di comunicazione prima del 1920 è ricca di episodi curiosi, di magnifiche e isolate imprese, di feroci contese e di ripicche, di grandi fallimenti, legati a quella figura di inventore brillante e solitario che è caratteristica del XVIII e del XIX secolo.

Alla fine del secolo scorso, lo sviluppo delle comunicazioni seguiva due linee parallele affidate al miglioramento di due mezzi, il *telegrafo elettrico* e il *telefono*, in piena fase evolutiva. I due mezzi erano usciti da tempo dalla fase sperimentale, e benché fossero ancora imperfetti svolgevano funzioni civili e commerciali rilevanti. In particolare il mondo degli affari e i governi guardavano quindi alla telegrafia e alla telefonia come alle aree di investimento più interessanti e suscettibili di importanti applicazioni sul breve periodo.

Entrambi i mezzi operavano via cavo. Il problema di fondo di queste tecnologie era quindi sostanzialmente la *distanza* coperta, all'aumentare della quale corrispondeva un incremento cospicuo dei costi di impianto.

La trasmissione a distanza della voce umana era considerato un problema tutto sommato secondario: alle brevi distanze ci pensava già il telefono; sulle lunghe distanze l'alfabeto telegrafico Morse svolgeva egregiamente il suo compito. Ragioni militari e ragioni commerciali consigliavano inoltre l'opportunità di garantire il massimo della *privacy* nelle comunicazioni, privilegiando quindi i collegamenti punto a punto con il minimo di dispersione di potenza.



Nell'ultimo decennio del secolo XVIII, tuttavia, le onde che oggi chiamiamo *onde-radio* erano già oggetto di esperimenti e di profonde speculazioni scientifiche.<sup>1</sup>

Dal nome del fisico tedesco Henrich Hertz, che tra il 1886 e il 1889 ne aveva esplorata la natura, esse erano note come *onde hertziane*. Hertz era uno scienziato puro; nel corso dei suoi esperimenti sulle onde elettromagnetiche di Maxwell egli non solo aveva dimostrato come fosse possibile metterle in moto e come rilevarle, ma era anche riuscito a trasmettere impulsi elettromagnetici fino a sei-otto metri di distanza. Tuttavia non aveva minimamente pensato che quelle stesse onde potessero servire alle comunicazioni.

Le possibilità straordinarie delle onde elettromagnetiche vennero invece intese dallo scienziato inglese William Crookes che in un articolo del 1892 ne mise in luce le implicazioni per le comunicazioni:

Qui si dispiega un mondo nuovo e meraviglioso... I raggi della luce non possono attraversare un muro, né, come purtroppo sappiamo, possono perforare la nebbia di Londra. Ma le vibrazioni elettriche con lunghezza d'onda di un metro o poco più... passeranno facilmente attraverso entrambi questi ostacoli che, per loro, sono trasparenti. Qui perciò fanno capolino le fantastiche possibilità di una telegrafia senza fili, senza pali, senza cavi e altre attuali, costose attrezzature. Non sono sogni di un filosofo visionario. Tutti i requisiti necessari sono a portata di mano... e in ogni capitale europea la ricerca segue strade che ci porteranno presto dal regno della speculazione ideale a quello dei fatti.<sup>2</sup>

E in effetti a lavorare intorno a queste possibilità cominciavano a essere in molti: Oliver Lodge in Inghilterra, Alexander Popov in Russia, Adolphus Slaby e George von Arco in Germania, Edouard Branly in Francia, Marconi, naturalmente, e negli Stati Uniti Reginald Fessenden e Lee de Forest per non citare che i maggiori.

Da questi uomini, e da molti altri ancora, venne una miriade di invenzioni, di piccoli miglioramenti, di accorgimenti apparentemente assurdi che, tutti insieme, aprirono la strada alla radio così come la conosciamo oggi. Tuttavia, per non generare equivoci, è bene chiarire subito che la ra-

<sup>1</sup> Fu lo scienziato inglese Maxwell a postulare, nel 1860, l'esistenza di onde elettromagnetiche e a studiarne le proprietà.

<sup>2</sup> Articolo pubblicato sulla « Fortnighly Review », 1 febbraio 1892.

dio come *broadcasting*, come mezzo di comunicazione di notizie, musica, parole a livello di massa, era una idea che non sfiorava neppure quelle menti. Si opponevano ad essa ragioni tecnologiche, industriali, commerciali, e culturali. L'idea di starsene seduti a casa propria ad ascoltare informazioni e concerti, conferenze e canzonette provenienti dal mondo intero e irradiate attraverso l'aria senza collegamenti tangibili era ancora ben lontana, anche se il germe dell'intrattenimento domestico era già al lavoro e si cominciava ad avvertire l'esigenza di creare nuovi mezzi di informazione e di divertimento non più riservati alle sole classi dirigenti. Non bisogna dimenticare, infatti, che l'ultimo decennio del secolo XVIII vide la nascita del cinema e la diffusione dei giornali popolari. Prima dell'invenzione di Marconi si era cercato di usare il telefono come mezzo di comunicazione allargata. A Parigi, a Budapest, a Londra e negli Stati Uniti entrarono in funzione gli *elettrofoni* che permettevano agli abbonati di ricevere a casa notiziari, concerti, servizi religiosi, attraverso il telefono a cui erano collegate quattro o cinque cuffie. Pur appartenendo di diritto alla storia della radio, Marconi, e gli altri che abbiamo citato, avevano altri obiettivi. Il loro scopo principale era quello di realizzare la *comunicazione senza fili (wireless)* da applicarsi in primo luogo al *telefono* perché quello era il settore che interessava ai governi e al mondo degli affari.

Per realizzare una comunicazione senza fili bisognava risolvere il problema centrale che è quello di emettere e di ricevere segnali a distanza senza contatti diretti e senza utilizzare veicoli intermedi. Abbiamo visto che gli esperimenti di Hertz avevano permesso di individuare il *mezzo* di trasmissione, le onde elettromagnetiche, mentre la tecnologia telegrafica e telefonica già sviluppata offriva soluzioni belle e pronte al problema di convertire i segnali in suoni udibili.

Il nodo della questione si spostava, quindi, sulla costruzione di un apparato in condizione di trasmettere e di ricevere segnali in maniera soddisfacente; e su questo problema, che doveva ricevere molte e sempre più perfezionate soluzioni, si misero al lavoro i pionieri della radio.

Per produrre le onde Marconi utilizzava il metodo di Hertz, facendo scaturire una scintilla bluastro da una bobi-

na; il suo ricevitore era un marchingegno sviluppato da Lodge sulla base di una idea di Branly, il cosiddetto *coherer* (coesore), un tubo contenente polvere metallica che collocata in un circuito elettrico reagiva alle onde elettromagnetiche orientandosi e consentendo il flusso di corrente. A questi elementi Marconi aggiunse una novità cruciale, l'*antenna*, e al tutto collegò un codificatore di segnali Morse.<sup>1</sup> Chi non ricorda la vicenda dei fratelli Marconi e del fattore armato di fucile e di antenna che si allontana dalla Villa Grifone a Pontecchio, e l'emozione del colpo di fucile che annunciava la prima riuscita trasmissione a distanza di segnali Morse? Quel colpo di fucile salutava l'inizio ufficiale della comunicazione senza fili. Gli esperimenti di Marconi continuarono in Inghilterra, dove lo scienziato italiano brevettò la sua invenzione e costituì la sua prima società commerciale, guadagnò i primi soldi vendendo il suo apparecchio a diversi fari sparsi sulla costa, e mise le basi dei suoi successi futuri. Dotato di spiccato senso degli affari e coadiuvato da eccellenti manager Marconi non pose tempo in mezzo a far fruttare la sua invenzione. Quando dall'America giunse l'invito del "New York Herald" a fare il resoconto telegrafico dell'*America's Cup*<sup>2</sup> Marconi colse al volo l'occasione; strabiliò i curiosi consentendo al giornale di pubblicare il racconto dettagliato della gara velica prima ancora che le barche tornassero in porto, e fondò immediatamente la *Marconi Wireless Company of America* per sfruttare i suoi brevetti negli Stati Uniti e in vari altri possedimenti del nascente Impero americano (Cuba, Filippine).<sup>3</sup>

I successi di Marconi scatenarono una febbre. Slaby e von

<sup>1</sup> « Sin dall'inizio... il mio obiettivo fu quello di spezzettare la emissione in periodi brevi e lunghi sì da poter trasmettere i punti e le linee di Morse », cit. in Orrin E. Dunlap jr., *Marconi, the man and his wireless*, Mcmillan, New York 1937.

<sup>2</sup> Nello stesso anno, 1898, della fondazione della Marconi inglese, Marconi aveva già curato il resoconto telegrafico della regata di Kingstown su incarico del "Daily Express" di Dublino.

<sup>3</sup> La *American Marconi* fu incorporata sotto le leggi del New Jersey. Sussidiaria della Marconi inglese ebbe un capitale sociale di dieci milioni di dollari, coperti da due milioni di azioni da cinque dollari ognuna, delle quali 965.000 tornarono in Inghilterra: 365.000 alla casa madre e 600.000 a Marconi stesso. Venti anni dopo questa società sarebbe divenuta la *Radio Corporation of America* (*History of Communications - Electronics in the United States Navy*, Government Printing Office, Washington 1963).

Arco in Germania si affrettarono a brevettare i propri sistemi radiotelegrafici che sono all'origine della società Telefunken. In Russia Popov ripeté con successo gli esperimenti di Marconi. Tutti cominciarono a offrire i propri apparecchi alle Marine dei rispettivi paesi e anche a quelle altrui, in particolare quella americana che in quel periodo di crescente espansionismo verso il Pacifico aveva il suo daffare a mantenere linee di comunicazione efficienti.<sup>1</sup>

Così fece anche Marconi ma i suoi rapporti con la Marina americana dopo un inizio promettente non andarono a buon fine. Il telegrafo senza fili funzionava, le stazioni Marconi adibite al controllo del traffico marino, al salvataggio, e alle comunicazioni fra nave e costa e fra nave e nave, si moltiplicavano e con esse gli affari delle Marconi Companies, ma quelle apparecchiature mostravano parecchi inconvenienti. In primo luogo il coesore perdeva sensibilità durante le operazioni di orientamento e bisognava scuoterlo dopo ciascun segnale per poterlo rimettere in funzione; poi il generatore di segnale con quella scintilla che non dava sicurezza su una nave da guerra; ma soprattutto le *interferenze* che erano il maggior cruccio degli ufficiali americani: se non era possibile mantenere la massima segretezza nelle comunicazioni, se i messaggi di fonti diverse potevano incrociarsi fra loro, cosa restava dell'uso militare del telegrafo? Marconi stava lavorando al problema della sintonizzazione su diverse lunghezze d'onda e lo aveva praticamente risolto, ma non poté brevettare il suo sistema che nell'aprile del 1900. Nel frattempo la Marina mostrava crescenti inquietudini e le compagnie rivali cominciarono a mettere in giro la voce che la Marconi Company agiva in realtà come braccio industriale dell'imperialismo britannico con l'obiettivo di estendere anche al *wireless* il dominio di fatto esercitato sul telegrafo elettrico. In ciò furono aiutate dalla strategia commerciale adottata dalla American Marconi che dopo aver realizzato i primi profitti vendendo apparecchiature, si era allineata alle compagnie telefoniche e aveva deciso di ven-

<sup>1</sup> L'arrivo di Marconi a New York coincise con il trionfale ritorno dell'ammiraglio Dewey, vincitore della « piccola splendida guerra » delle Filippine com'ebbe a definirla un commentatore dell'epoca. Come l'Impero britannico, anche il nuovo Impero americano, aveva bisogno di un sistema di comunicazione autonomo ed efficiente.

dere non più *attrezzature* ma *comunicazione*. Così i clienti della Compagnia affittavano l'attrezzatura a un operatore della Marconi a un dato prezzo annuo; nel caso di impianti montati su navi, poi, *gli operatori inviavano* e ricevevano *marconigrammi* per conto dei passeggeri e dell'equipaggio a un prezzo prestabilito che andava tutto quanto alla Marconi. Oltre a ciò le navi equipaggiate della Company usufruivano delle comunicazioni costiere garantite dalla catena di stazioni Marconi che operavano sulla costa e che, passati i primi momenti di entusiasmo e di generosità, avevano l'ordine di servire esclusivamente, salvo i casi di emergenza, le navi legate alla Compagnia. Considerando il predominio quantitativo delle stazioni Marconi si capisce bene come una tale politica commerciale mirasse a instaurare un monopolio assoluto. Così quando la American Marconi propose alla Marina di equipaggiare venti navi per la somma forfettaria di diecimila dollari più una *royalty* di diecimila dollari all'anno a condizione che gli operatori radiotelegrafici delle navi comunicassero esclusivamente con le stazioni costiere della Compagnia dove la Marina avrebbe avuto forti sconti, in realtà proponeva un affare vantaggioso per entrambi. La compagnia consolidava il monopolio guadagnandosi le commesse militari, la Marina risparmiava sulle comunicazioni ed evitava di doversi costruire stazioni costiere. Ma nel clima di sospetto che si era creato la proposta fu respinta con sdegno, le accuse di imperialismo e di monopolismo si sprecarono, e la American Marconi fu esclusa da ogni contratto militare per diverso tempo.<sup>1</sup>

L'uscita, per quanto temporanea, di Marconi dalla scena americana ebbe paradossalmente l'effetto di spostare dall'Europa all'America il centro di gravità delle ricerche e delle sperimentazioni che aprirono la strada alla radio. Chiuse le trattative Marconi-U.S. Navy furono numerosissimi gli sperimentatori americani che si gettarono sul nuovo mezzo allo scopo di accaparrarsi le commesse lasciate vacanti. Fra questi (sono centinaia) alcuni cominciarono ad andare oltre, ad abbandonare cioè l'idea ormai consolidata della trasmissione in codice Morse, per puntare su un altro obiettivo:

<sup>1</sup> *History of Communications-Electronics in the United States Navy*, cit.

la *trasmissione di parole e musica*. Il primo a ottenere risultati di rilievo fu Reginald Aubrey Fessenden, un canadese che aveva lavorato per Thomas Edison e per la società elettrica *Westinghouse* a Pittsburgh. Divenuto professore di ingegneria elettrica all'Università di Pittsburgh, Fessenden aveva compiuti numerosi esperimenti sulle onde hertziane e aveva seguito il lavoro di Marconi. Ma la sua idea fissa era la trasmissione della voce, e per ottenere questo obiettivo propose quella che ai più parve una eresia:

Il sistema Marconi si basa sulla frammentazione dell'onda emessa in periodi brevi e lunghi che si adattano al Morse. Ma per trasmettere la voce l'onda non deve essere frammentata, l'emissione deve rimanere continua di modo che su di essa possa sovrapporre la voce umana in forma di variazioni e di modulazioni.<sup>1</sup>

Usando un microfono telefonico Fessenden riuscì a sovrapporre una voce sull'onda emessa. Dalla eresia era nata la radio.

Per trasmettere la voce il *coesore* marconiano non era però sufficientemente sensibile. Nel 1902 Fessenden realizzò il *rivelatore elettrolitico*, costituito da un sottile filamento di cui una estremità era immersa in una soluzione di acido nitrico, abbastanza sensibile da cogliere le oscillazioni della voce umana. L'invenzione ebbe successo, Fessenden si mise in affari, fondò la *National Electric Signalling Company* e continuò gli esperimenti. Risolto il problema del rivelatore Fessenden affrontò il problema del generatore di corrente alternata che gli serviva per trasmettere. Si rivolse alla *General Electric* e qui trovò lo svedese Ernest Alexanderson di recente immigrato, che aveva studiato con Slaby in Germania, e che dopo qualche difficoltà riuscì a mettere a punto ciò che Fessenden voleva. L'*alternatore* di Alexanderson, una delle pietre miliari nella storia della radio, invenzione decisiva verso la costruzione di emittenti continue capaci di vincere la statica dell'atmosfera, fu installato nel laboratorio di Fessenden a Brant Rock, Massachusetts. Alla vigilia di Natale del 1906, in una vasta zona di mare, gli operatori telegrafici di numerose navi furono allertati da una chiamata

<sup>1</sup> Cit. in Hellen M. Fessenden, *Fessenden, builder of tomorrows*, Coward-McCann, New York 1940.

in codice Morse. Poco dopo, dai loro strumenti sentirono provenire

« una voce umana. Qualcuno parlava! Quindi una voce di donna cantò una canzone... poi qualcuno che leggeva una poesia... e ancora un assolo di violino; quindi un uomo fece un discorso di cui poterono capire quasi ogni parola ». <sup>1</sup>

Era il programma della vigilia di Natale trasmesso da Fessenden con l'aiuto di un disco di Gounod, del suo violino e della sua voce. A Capodanno ripeté l'esperimento; questa volta fu ascoltato persino da alcune navi che incrociavano nei Caraibi, comprese alcune bananiere della United Fruit. E fu proprio la United Fruit la prima cliente di Fessenden. Preoccupata di dirigere i propri cargo con il loro carico di frutta deperibile verso i mercati più lucrativi, la United Fruit stava già facendo esperimenti *wireless* per conto suo. Convinta dall'idea di Fessenden acquistò grandi quantità dei suoi apparecchi, e continuò gli esperimenti, sostituendo (e brevettando) il rivelatore elettrolitico con rivelatori a cristalli (carborundum, silicio, galena, pirite di ferro) che sensibili, maneggevoli e poco costosi com'erano diedero un nuovo impulso alla radio mettendola alla portata di migliaia di dilettanti.

Nonostante il successo di Fessenden, la trasmissione via etere di voce e musica non sembrava interessare tuttavia né i governi né il mondo degli affari. Il problema della radiotelegrafia, su cui stavano lavorando Marconi e altri, era adesso la *distanza*.

Nel 1901 Marconi era riuscito a trasmettere la lettera S in codice Morse da Poldhu in Cornovaglia a St. John's in Terranova e sulla base di questo primo successo erano state costruite alcune stazioni ricetrasmittenti transatlantiche. Queste stazioni funzionavano male, per ore non captavano nulla e i segnali erano sempre molto disturbati. Però, anche così inefficienti, erano pur sempre potenziali concorrenti dei cavi transatlantici e le compagnie commerciali, come i governi, le consideravano più interessanti di ogni tentativo di trasmettere la voce umana, un'impresa di cui nessuno riu-

<sup>1</sup> Cit. in A.F. Harlow, *Old Wires and new waves, the history of the telegraph, telephone and wireless*, Appleton-Century, New York 1936.

sciva a vedere i vantaggi commerciali e/o militari. Ma alcuni, testardi, seguirono le orme di Fessenden. Tra questi, il più importante in assoluto fu senz'altro Lee de Forest, laureato in fisica a Yale con una tesi sulle onde hertziane, poi impiegato al Dipartimento Telefonico della Western Electric, quindi anche lui in affari, peraltro poco fortunati, con la *De Forest Wireless Telegraph Company*,<sup>1</sup> creata da poco scrupolosi affaristi di Wall Street per sfruttare al massimo le prime sperimentazioni *wireless*, poi con la *De Forest Radio Telephone Company*. Questa compagnia fu creata da lui solo nel 1907 per proteggere la sua invenzione più importante, l'*audion*, come lo volle battezzare, ovvero il *triolo a griglia*, raddrizzatore, rivelatore, amplificatore, generatore di oscillazioni a alta frequenza, progenitore di quel *tubo elettronico a vuoto* (*vacuum tube*) o *valvola* che ha reso possibile non solo la radio, ma tutta l'industria elettronica moderna: radar, registratori, televisione, calcolatori, sistemi di controllo automatico, e via dicendo.

De Forest realizzò l'*audion* nel 1905, apportando una fondamentale modifica al *tubo a due elettrodi* (diodo) che il professor John Ambrose Fleming aveva costruito un anno prima partendo da una vecchia osservazione di Edison sui filamenti incandescenti delle lampade.<sup>2</sup> De Forest aggiunse un terzo elemento, la *griglia*, e ne aumentò così in modo enorme l'efficacia sia come rivelatore sia come amplificatore. Grazie all'*audion* De Forest poté cominciare a trasmettere via etere musica e parole. Nel 1910 installò un trasmettitore da 500 watt in un attico dell'Opera House e riuscì a trasmettere un recital di Enrico Caruso in diretta. Il successo

<sup>1</sup> Questa compagnia di cui De Forest possedeva solo poche azioni e di cui era di fatto un impiegato, era una specie di *baraccone da fiera*, creato da un certo Abraham White, la cui caratteristica fondamentale fu quella di vendere le azioni della compagnia direttamente al pubblico attraverso incredibili campagne propagandistiche nelle strade e nelle fiere in cui De Forest stesso veniva usato nel ruolo di predicatore delle meraviglie della radio. La compagnia riuscì per qualche tempo a fare concorrenza alle stazioni costiere della American Marconi. Poi White creò la United Wireless Telegraph Company, riuscì a imbrogliare De Forest e si mise in proprio prosperando moderatamente fino al 1910 quando insieme a molti altri dirigenti finì sotto processo per varie frodi compiute vendendo per posta le azioni della società.

<sup>2</sup> Fleming lavorava per la British Marconi che si affrettò a brevettare il diodo sia in Gran Bretagna sia negli Stati Uniti. Intorno a questa invenzione si scatenerà pochi anni dopo la grande guerra dei brevetti che si concluderà con la fondazione della RCA.



fu notevolissimo e si moltiplicarono gli entusiasti della radio dediti a costruire marchingegni capaci di ricevere e di trasmettere, mentre De Forest poté contare su un discreto pubblico che ascoltava con regolarità le sue trasmissioni fatte di dischi, qualche recital dal vivo, ma soprattutto molta propaganda degli apparecchi De Forest. Lo strambo inventore aveva capito nel suo piccolo che la pubblicità poteva diventare l'anima della radio! Tuttavia molti inconvenienti rimanevano irrisolti: le trasmissioni con l'*audion* non erano esenti da interferenze, ma soprattutto erano soggette a *fading*, andavano e venivano cioè come le onde del mare. Oltre a tutto l'*audion* era debole e funzionava in modo irregolare, tanto che De Forest non riuscì mai a ricavarne i benefici finanziari che si aspettava.

La fonte di tutti quei disturbi era la presenza di gas nell'ampolla di vetro che conteneva gli elettrodi. Sia Fleming che De Forest erano convinti che la presenza di quel residuo di gas fosse essenziale al buon funzionamento del tubo. Era vero il contrario. Ma solo nel 1913 Harold Arnold della American Telegraph & Telephone (che aveva rilevato i diritti di De Forest sull'*audion* come amplificatore di linea, nello stesso anno) e Irving Lamuir dei Laboratori di ricerca della General Electric, arrivarono indipendentemente a scoprire che quel gas andava eliminato. L'applicazione di una *pompa Gaede* da poco inventata in Germania, permise di produrre a costi moderati un vuoto più spinto nell'ampolla di quanto si fosse ottenuto in precedenza. Così nacque la *hard valve*, o *tubo a vuoto*, che già nel 1913 aveva una vita di laboratorio di mille ore, contro le cinquanta dell'*audion*.

Il tubo a vuoto divenne quindi il principale strumento della comunicazione senza fili, ma il notevolissimo passo avanti compiuto dalla tecnologia non si tradusse subito nell'avviamento di trasmissioni regolari. La trasmissione della voce non incontrava. Non a caso la AT&T impiegò la *hard valve* come amplificatore di linea per i suoi cavi telefonici transcontinentali<sup>1</sup> e solo due anni dopo, nel 1915, decise di acquisire tutti i brevetti di De Forest che riguarda-

<sup>1</sup> Grazie alla *hard valve* la AT & T riuscì a collegare telefonicamente New York a S. Francisco in tempo per la Fiera Internazionale del 1915.

vano il *radiotelefono*, per meglio competere sul mercato delle commesse belliche.

Le trasmissioni di De Forest avevano un certo successo, ma *quella* radio non dava garanzie e il grande pubblico era ancora lontano.

In effetti, a parte l'immutato interesse del mondo finanziario, industriale e politico per lo sviluppo ulteriore del telegrafo e del telefono, la radio come forma di svago per una audience di massa non aveva possibilità di esistere fintantoché gli apparecchi riceventi, allora di dimensioni considerevoli, non fossero divenuti più piccoli, maneggevoli e facili da usare; fintantoché le antenne, allora alte fino a 280 metri (1 miglio in orizzontale per le comunicazioni a grande distanza) non fossero divenute meno ingombranti; fintantoché riceventi domestiche non fossero dotate di efficaci apparati di sintonizzazione che rendessero meno impervio localizzare con regolarità una stazione.

E piano piano le innovazioni necessarie videro la luce, in un arco di tempo che va dal 1914, quando ancora si pensava a migliorare gli apparati telegrafici e telefonici a grande distanza, al 1927-28, quando già erano operative le grandi organizzazioni radiofoniche nazionali.

Prima venne il *circuito a feedback*, messo a punto da Edwin Armstrong nel 1914 quando ancora doveva laurearsi alla Columbia University di New York. Il *circuito a feedback* incrementò enormemente il valore dell'*audion* come rivelatore di segnale perché rinforzava molte volte la minuscola frazione di energia trasmessa che poteva così essere trasformata in suoni udibili all'ascoltatore.

Poi fu la volta dei circuiti neutrodina, eterodina, supereterodina (1923 e oltre) che permisero di eliminare l'inconveniente delle valvole che entravano in oscillazione per le ripetute manipolazioni dell'apparecchio trasformando il ricevitore in trasmettitore per la gioia dei vicini di casa i cui apparecchi cominciavano a stridere e ululare. Quindi la serie di innovazioni sulle valvole: il *tetrodo* di Round (1926), il *pentodo* con griglia di controllo della Philips olandese, le valvole a più elettrodi della Loewe (1927-28).

Le invenzioni e le innovazioni che resero possibile in un contesto sociale mutato dalla grande guerra il passaggio da un interesse industriale quasi esclusivo per le comunicazioni

dirette a una combinazione di comunicazioni dirette e trasmissioni per il pubblico prima e poi alla nascita delle grandi organizzazioni radiofoniche distributrici di programmi per una audience di massa, non sono l'argomento di questo volume. Tuttavia ci è sembrato importante segnalarle, insieme ai loro autori, perché esse dimostrano come a nessuno, uomo o paese, in particolare si può assegnare la paternità dell'invenzione della radio che fu invece il risultato di uno straordinario concorso di forze intellettuali individuali e organizzate industrialmente in tutto il mondo,<sup>1</sup> primo prodotto di quella tecnologia elettronica moderna che da allora in poi si è sviluppata a grande velocità ben oltre i sogni dei suoi mentori, e può ben essere presa a esempio come pochi altri « per illustrare le caratteristiche peculiari del progresso tecnologico moderno, nell'unione della ricerca di gruppo o del genio individuale, dell'organizzazione deliberata delle scoperte e di felice fantasia creativa ».<sup>2</sup> Ma non basta. Ciascuna innovazione e quasi ogni miglioria divennero presto proprietà di imprese commerciali e industriali pre-esistenti o create *ad hoc*, e quindi strumenti di titaniche battaglie, di patteggiamenti, di fusioni miranti al controllo delle comunicazioni sia sul piano interno sia sul piano internazionale,<sup>3</sup> con l'intervento di governi, di società pubbliche, parastatali e private.

C'è quindi un filo diretto che collega il giovane Marconi alle prese con i giardinieri di sua Maestà Britannica e la nascita, venti anni dopo, della BBC in Inghilterra, della RCA e del *network* americano.

<sup>1</sup> Quasi ogni innovazione è legata ai nomi di almeno due uomini: l'*alternatore* a Fressenden, a Ernst Alexanderson, e a Rudolph Goldschmidt (Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft); il *triode* nel suo uso come amplificatore di segnali a von Lieben (Germania) e Edwin Armstrong; il *circuito a feedback* ad Armstrong, a Meissner (Telefunken), a De Forest, a Irving Langmuir, a C.S. Franklin e H.J. Round (British Marconi); la *valvola* come generatore di oscillazioni ad alta frequenza a Meissner, a Armstrong, a Franklin e a Round (Hewkes, Salwers, Stillerman, *The sources of invention*, p. 352, cit. in *Prometeo liberato*, Einaudi Ed., Torino 1978).

<sup>2</sup> *Prometeo liberato*, Einaudi Ed., Torino 1978.

<sup>3</sup> Si pensi che, passata la Grande Guerra, era praticamente impossibile fabbricare un apparecchio radio funzionante senza mettere insieme tutte le invenzioni allora conosciute, coperte da oltre duemila brevetti, di proprietà di numerosissime società in concorrenza fra loro.

## Il problema delle frequenze

Il capitano del *California*, un piccolo bastimento in navigazione nel bel mezzo del nord-Atlantico, avvistò sulla propria rotta un enorme iceberg. Era il 14 aprile 1912. Nel tardo pomeriggio di quel giorno incominciò a calare una fitta nebbia e il comandante ordinò al radiotelegrafista di bordo di lanciare un segnale d'allarme generale a tutte le navi che incrociavano nella zona. Ma molte di quelle navi non raccolsero il segnale. Alcune tra quelle che potevano esser facilmente raggiunte non possedevano ancora la radio; altre, pur avendo ricevuto il segnale, non gli attribuirono molta importanza. Il radiotelegrafista del *Titanic*, una grossa nave di linea, indaffarato in altre operazioni rispose al collega del *California* di « chiudere il becco ». Questi, col cuore in pace per aver fatto il proprio dovere e stanco, dopo un turno di 16 ore, chiuse la radio e andò a dormire. Poche ore dopo il *Titanic* entrò in collisione con l'iceberg ma, pur avendo lanciato tempestivamente il segnale d'allarme, non ottenne un altrettanto tempestivo soccorso. Le navi più vicine non avevano la radio, mentre sul *California* qualcuno, pur avendo visto un improvviso chiarore in lontananza, non si preoccupò di svegliare il radiotelegrafista. Fu il *Carpathia* a ricevere l'SOS del *Titanic* e ad accorrere per primo, ma essendo distante, arrivò solo all'alba, in tempo per constatare che il grande transatlantico era già scomparso. La disgrazia del *Titanic*, in cui persero la vita 1500 persone, dimostrò non solo la necessità di incrementare le comunicazioni via radio ma anche quella di rendere più efficiente e operativo il nuovo mezzo.

Il problema di standardizzare l'uso delle frequenze, di regolamentarlo, di suddividerlo tra i diversi mezzi di comunica-

zione e di ridurre costantemente le possibilità di sovrapposizioni e interferenze ha costantemente accompagnato l'evoluzione della radio e degli altri mezzi di comunicazione. La comunità internazionale si è riunita periodicamente, fin dai primi decenni di questo secolo, per definire, spesso attraverso difficili compromessi, accordi e regole da rispettare universalmente, un piano internazionale delle frequenze radio.

Oggi le navi sono dotate di mezzi assai più sofisticati di allora ma i problemi non sono ancora stati risolti definitivamente.

Esiste ancora la minaccia di un « moderno *Titanic* »: esso potrebbe nascere dalla molteplicità dei segnali radio che circolano nell'etere e dalle interferenze e sovrapposizioni che ne possono derivare.

Evitando il più possibile di entrare negli aspetti tecnici della questione, ci sembra quindi necessario affrontare in modo sufficientemente esteso il problema della ripartizione delle frequenze. Tale problema appare fin dall'inizio come un elemento in grado di condizionare lo sviluppo della radiofonia e la sua direzione e, negli anni più recenti, esso assumerà una valenza politica generale nei rapporti tra i paesi industrializzati e i paesi in via di sviluppo.

### *Il problema delle frequenze*

Il sistema radiofonico, fin dai primi decenni della sua esistenza, è stato condizionato dal ritmo delle innovazioni applicabili sia ai mezzi di trasmissione sia a quelli di ricezione.

Ma, appena tale sistema ha incominciato ad articolarsi e a estendersi in diverse direzioni, è stato necessario tener conto di un altro fattore condizionante: la natura e le caratteristiche del mezzo in cui il segnale radiofonico viaggia dal punto di emissione a quello di ricezione.

Se affrontiamo questo argomento sul piano generale il mezzo radiofonico risulta subito assimilabile agli altri mezzi di telecomunicazione. Le trasmissioni radiofoniche viaggiano infatti sulla stessa *strada* percorsa dai segnali telegrafici, telefonici, televisivi, e da tutti quei mezzi che usano le onde elettromagnetiche per trasportare i propri segnali.

Tali onde presentano il particolare vantaggio che, oltre a

propagarsi attraverso mezzi solidi come i cavi di rame e di altro tipo, si propagano con ottimi risultati anche attraverso l'aria.

L'irradiazione delle onde elettromagnetiche è una forma di energia come la luce e il calore e come queste può assumere una gamma di valori diversi. Gli intervalli di tempo e di spazio che esistono tra un'onda e la sua successiva (l'immagine di ciò che stiamo dicendo può essere fornita dalle onde provocate dalla caduta di un solido su una superficie di acqua perfettamente calma) possono infatti assumere un ventaglio di valori diversi e molto vasto e sono detti rispettivamente *frequenze e lunghezze d'onda*.

Per *frequenza* s'intende, più precisamente, il numero di oscillazioni di un'onda elettromagnetica per ogni secondo; unità di misura delle frequenze è l'hertz (1 Hz = 1 oscillazione al secondo) con i suoi multipli: kilohertz (1 KHz = 1000 Hz), megahertz (1 MHz = 1000 KHz), gigahertz (1 GHz = 1000 MHz) e terahertz (1 THz = 1000 GHz).

Per *lunghezza d'onda* s'intende la lunghezza, espressa in una data unità di misura (km, m, cm, mm, micron, ecc.) di un'onda elettromagnetica di corrispondente frequenza. Tenendo conto che le onde elettromagnetiche si propagano alla stessa velocità della luce, cioè a circa 300 mila chilometri al secondo, si può affermare che minore è la lunghezza d'onda più elevata è la frequenza e, viceversa, più bassa è la frequenza maggiore è la lunghezza d'onda.

Dal momento che la quantità di segnali trasmessa da un'onda elettromagnetica è proporzionale alla sua frequenza, le onde ad alta frequenza (cioè le onde più corte) sono in grado di trasportare più informazioni delle onde a bassa frequenza.

L'insieme dei valori che le frequenze di un'onda elettromagnetica può assumere è detto *spettro delle frequenze* e va sottolineato che tale spettro costituisce una fonte vasta ma finita di vie di comunicazione con cui trasmettere segnali radio.

Mentre le frequenze elettromagnetiche si estendono dal campo delle frequenze industriali (50 Hz) fino a quello dei raggi cosmici (miliardi di THz), la cosiddetta *alta frequenza* - di cui le telecomunicazioni sono la fondamentale applicazione - si occupa del comportamento e dell'impiego delle

onde elettromagnetiche nella gamma di frequenze che va da 15 KHz ad alcune decine di GHz. Le lunghezze d'onda corrispondenti vanno da alcuni chilometri a qualche millimetro.

### *La gestione delle frequenze*

Benché le onde elettromagnetiche e le loro caratteristiche principali fossero già note da tempo, solo con la scoperta di Marconi, alla fine del secolo scorso, fu possibile utilizzare lo spettro elettromagnetico come supporto utile alle comunicazioni umane attraverso l'aria (cioè, « senza filo »). Da quel momento lo sviluppo delle telecomunicazioni può essere considerato come un movimento costante verso l'utilizzazione di frequenze sempre più alte dato che — come già si è osservato — più le frequenze sono alte maggiore è la quantità di informazioni che esse trasportano.

Oggi l'enorme aumento del traffico informativo e l'apparizione di nuovi servizi rendono necessaria la disponibilità di ancora nuove frequenze. Mentre per il telegrafo era sufficiente qualche ciclo al secondo, per il telefono ce ne vollero molti di più, e la trasmissione di immagini televisive ha bisogno di uno spazio equivalente a mille-duemila circuiti telefonici.

A una crescente domanda di frequenze da adibire alle diverse forme di comunicazione corrisponde uno spettro elettromagnetico limitato. Lo spettro può essere paragonato alle altre risorse terrestri. Anch'esso è un elemento finito, ma a differenza del suolo, del carbone, del petrolio *non può essere consumato*; può però essere *sprecato* quando è mal ripartito tra i diversi usi e tra i diversi utilizzatori.

Per evitare tale spreco si è reso necessario un coordinamento di tutti gli utilizzatori e la definizione di regolamenti sia internazionali che nazionali.

L'utilizzazione dello spettro elettromagnetico per le comunicazioni con onde radio ha posto progressivamente problemi di natura politica e sociale molto complessi. La ragione è che si è trattato in tutti questi anni di dividere una risorsa tra le diverse nazioni, tra governi e cittadini, tra i diversi tipi di servizi.

I problemi amministrativi incominciarono a richiedere in-

novazioni sia sul piano dell'organizzazione sociale sia su quello dei mezzi tecnici.

Le comunicazioni radio sono utili solo quando riescono a trasmettere i loro messaggi dall'emittente all'apparecchio ricevente, sia nel caso che quest'ultimo sia ascoltato da una o da migliaia di persone. Se due frequenze di trasmissione non sono separate in modo netto, è inevitabile un'interferenza reciproca o la copertura di una da parte dell'altra.

Lo sviluppo della radiofonia ha quindi imposto che tutti coloro che utilizzano lo spettro, in tutto il mondo, mettano a punto mezzi in grado di suddividere le frequenze radio disponibili sul piano orario, geografico, della potenza dei segnali, in modo tale da massimizzare gli usi potenziali e da diminuire le reciproche interferenze.

Ogni nuova porzione dello spettro che la tecnologia ha messo a disposizione delle trasmissioni radio è stata rapidamente occupata e si sono dovuti escogitare sistemi sempre più ingegnosi per usare le frequenze in modo razionale ed economico.

Da questo punto di vista lo spettro può essere paragonato alle riserve mondiali d'acqua. Nonostante che tali risorse si ricostituiscano costantemente, tutti gli usi potenziali, sia industriali che domestici, devono coordinare il loro sfruttamento delle risorse esistenti per evitare situazioni catastrofiche.

Nel caso delle comunicazioni radio la situazione catastrofica si produce quando, per esempio, si interrompe la comunicazione tra un aereo e la torre di controllo dell'aeroporto in fase di atterraggio, oppure, quando una nazione di recente costituzione non ha a disposizione frequenze sufficienti per dotare il proprio territorio di un sistema di informazioni radiotelevisive, o le sue frequenze sono coperte dalle trasmissioni di un vicino più potente.

Il problema dunque della suddivisione delle bande di frequenza tra una serie di servizi diversi (come le ambulanze, le navi, le stazioni radiotelevisive, ecc.) di centocinquanta paesi, costituisce oggi un nodo di rilevanza primaria per gli organi internazionali e pone problemi non solo tecnici ma anche politici ed economici.

Si può però affermare con certezza che l'assenza di una effettiva gestione internazionale dello spettro avrebbe comun-



que impedito l'uso delle trasmissioni radiofoniche in generale.

### *I primi accordi internazionali*

Il problema che spinse alcuni stati a riunirsi per discutere di *trasmissioni radio* non fu quello della regolazione nello sfruttamento delle frequenze ma quello della *standardizzazione* degli impianti. La comunicazione di messaggi a distanza via onde radio, tra individui come tra stati, può avvenire solo a condizione che ognuno utilizzi una tecnologia adeguata e impianti equivalenti.

Dal 1840, epoca in cui le prime trasmissioni telegrafiche tra la Francia e la Germania dovevano essere tradotte alla frontiera e passare tra le mani dei due gruppi di impiegati, a oggi, i problemi della regolamentazione e della standardizzazione sono stati affrontati a più riprese dalla comunità internazionale.

Le tappe del lavoro che ha permesso alla comunità internazionale di amministrare e gestire il patrimonio delle frequenze sono scandite da una serie di conferenze in occasione delle quali, di volta in volta, si definiva l'accordo tra i diversi paesi relativamente ai problemi posti dallo sviluppo delle tecnologie e dal costante incremento delle telecomunicazioni.

Allo scopo di cogliere la centralità della *gestione economica e razionale delle frequenze* nello sviluppo generale della radiofonia può essere utile ripercorrere le grandi linee attraverso cui i problemi di regolamentazione si sono andati via via complicando e risolvendo insieme.

All'origine della prima conferenza internazionale in materia di trasmissioni radiofoniche c'è un piccolo incidente diplomatico accaduto al principe Enrico di Prussia nel 1902 quando, al ritorno dagli Stati Uniti, volle inviare dalla sua nave un messaggio radio per ringraziare il presidente americano che lo aveva ospitato. Grande fu il disappunto del principe quando venne informato che il suo messaggio non era stato trasmesso perché gli strumenti di trasmissione della nave tedesca erano diversi dagli apparecchi riceventi delle stazioni americane.

L'esperienza negativa toccata al principe indusse il gover-

no tedesco a organizzare un incontro preliminare a Berlino (1903) per preparare una conferenza internazionale nel 1906, sempre a Berlino, dove fu sottoscritta la prima regolamentazione internazionale radiotelegrafica. La conferenza di Berlino si occupò soprattutto delle comunicazioni marittime a cui furono destinate due specifiche bande di frequenza. Un punto particolarmente importante dell'accordo fu l'obbligo per tutte le navi e per tutte le stazioni costiere di captare tutti i messaggi radio, con particolare riguardo alle richieste di soccorso.

Ma nonostante il valore indubbio dell'iniziativa, a Berlino non fu data risposta a una serie di problemi rilevanti.

I paesi marittimi avevano urgente necessità di definire le frequenze su cui le navi dovevano trasmettere, sia per poter sviluppare il nuovo mezzo di comunicazione sia per evitare i problemi delle interferenze, mentre la conferenza si limitò a definire le frequenze da destinarsi ai collegamenti a lunga distanza tra le stazioni costiere, quelle per usi militari, e quelle per i servizi marittimi pubblici. Il successivo appuntamento internazionale in materia di frequenze radiofoniche fu quello del 1912 a Londra, che lavorò su basi molto simili a quello di Berlino.

Dopo lo sconvolgimento della prima guerra mondiale i paesi interessati si ritrovarono nel 1920 a Washington. È in quest'epoca che lo sviluppo della radiofonia, così come oggi la conosciamo, incomincia a porre i primi seri problemi e a imporsi all'attenzione degli stati.

A partire dal 1922 le emittenti radiofoniche incominciarono a moltiplicarsi in diversi paesi, nonostante che negli accordi allora vigenti non se ne facesse alcun cenno.

Fu l'esperienza statunitense a porre con evidenza la necessità di trovare in sede internazionale un piano di ripartizione delle frequenze per le trasmissioni radiofoniche volto, se non a eliminare, a diminuire almeno le interferenze tra le diverse stazioni.

In quegli anni le trasmissioni radiofoniche erano effettuate soprattutto nella banda delle onde medie. La propagazione delle onde radiofoniche in questa banda è caratterizzata dal fatto che parte dei segnali trasmessi dalle antenne verso la ionosfera può ritornare riflessa su zone terrestri assai distanti dalla zona normalmente servita dall'emittente che ha effet-

tuato la trasmissione. Ne risulta che due emittenti che, nelle ore notturne, utilizzino la stessa frequenza per trasmettere pure in zone assai distanti, possono essere soggette a interferenze e disturbi imprevisi. Questo problema raggiunse un tale livello che nel 1923 si iniziarono a fare, in Europa, i passi necessari per promuovere una conferenza internazionale che mettesse ordine. Ginevra ospitò nel 1924 un incontro preliminare la cui organizzazione fu sostenuta dall'Ufficio Internazionale dell'Esperanto. La Lega delle Nazioni e l'Unione Telegrafica Internazionale furono sollecitate a convocare una conferenza internazionale a livello dei governi.

Nel marzo del 1925, presso la sede della BBC, al termine di un convegno internazionale di operatori del settore viene fondata la *Unione Internazionale Radiofonica* (IBU, International Broadcasting Union) che, come iniziativa di apertura, organizza, qualche mese dopo, la prima conferenza europea degli operatori radio. Da questa conferenza esce un importante risultato: il piano di distribuzione delle frequenze per le stazioni radio a onde medie in Europa.

A quest'epoca le stazioni radiofoniche operanti in Europa sono 87, ma molte di più sono quelle in fase di progettazione.

Il piano di distribuzione delle frequenze, che è sottoposto all'attenzione degli amministratori dei servizi di telecomunicazione dei paesi interessati, diventa operativo alla fine del 1926 col nome di *Piano di Ginevra*, ed è in grado di assicurare a ogni paese il raggiungimento di una soddisfacente copertura del proprio territorio evitando le interferenze provocate da stazioni radio che trasmettevano da altri paesi.

Il coordinamento ottenuto dal piano di Ginevra costringe non poche emittenti a cambiare frequenza di trasmissione e, con ciò, a sviluppare un intenso lavoro di pubbliche relazioni affinché il cambiamento non provochi una perdita di ascoltatori.

Solo nel 1927 si tenta un approccio complessivo ai problemi di tutti gli utenti dello spettro elettromagnetico, quando a Washington si riuniscono i rappresentanti di 80 paesi.

Molte cose sono cambiate dall'inizio del decennio: oltre alla rapida crescita della radiofonia, l'uso delle radiocomunicazioni si è sviluppato soprattutto in aeronautica.

Dopo una lunga e difficile *contrattazione*, la conferenza di Washington riesce a distribuire l'intero spettro delle frequen-

ze suddividendolo, com'era stato previsto, in bande destinate ai diversi servizi: aeronautici, marittimi, comunicazioni fisse, radiofonia, ecc.

A Washington si inaugura anche un metodo di lavoro che poi sarà adottato dalle successive conferenze di pianificazione. Lo spettro delle radiofrequenze in una prima fase viene distribuito, o ridistribuito, tra i diversi tipi di possibili usi; in conferenze successive, che riuniscono paesi appartenenti a distinte regioni del globo, le frequenze precedentemente destinate ai diversi usi vengono poi assegnate alle singole emittenti. Sempre a Washington le stazioni radiofoniche ottengono per la prima volta che una larga fetta di alte frequenze (HF, *high frequency*) sia destinata alle trasmissioni radiofoniche a onde corte.

Questa è anche l'occasione in cui si manifesta, per la prima volta in modo acuto, una forte competizione tra i singoli paesi per la conquista di maggiori spazi nello spettro delle frequenze. Già da allora si capisce che le radiofrequenze sono risorse relativamente scarse e da quel momento si impone a livello internazionale il problema della *conservazione dello spettro elettromagnetico*.

Con questo obiettivo si elaborano molti principi alcuni dei quali si riveleranno assai efficaci. Tra questi, i più produttivi affermano la necessità di

- a) utilizzare i collegamenti via cavo per le trasmissioni radio tra punti fissi;
- b) adottare mezzi in grado di ridurre la forza dei segnali di interferenza, come il miglioramento delle antenne di trasmissione e ricezione;
- c) sfruttare bande di frequenza sempre più alte (dalla conferenza di Washington a oggi la quantità di frequenze utilizzabili è cresciuta di 5 mila volte circa);
- d) adottare mezzi in grado di ridurre la larghezza di banda (la quantità di frequenze) richiesta da ogni trasmissione.

Come abbiamo visto, col nuovo metodo di lavoro adottato, dopo gli accordi sottoscritti alla conferenza di Washington relativi alla suddivisione delle frequenze tra i diversi servizi, occorre assegnare le frequenze alle singole emittenti nelle diverse aree geografiche.

L'area europea risolve il problema in occasione di un'apposita conferenza svoltasi nello stesso anno (1927) a Bruxel-

les. Il risultato è un piano d'uso delle frequenze medie e lunghe per le stazioni radiofoniche che diventa operativo nel 1928. A questo punto assume un'importanza decisiva il fatto che le singole stazioni mantengano accuratamente le frequenze che sono state loro attribuite. Ciò è reso ora possibile grazie al salto di qualità ottenuto negli apparecchi di controllo delle frequenze.

L'International Broadcasting Union (IBU) impianta una stazione di misurazione delle frequenze di trasmissione delle stazioni radiofoniche europee a Bruxelles. Da qui si stabilisce un *preciso e costante controllo anche per gli sviluppi futuri*.

Il piano di Bruxelles, non essendo stato ratificato da una conferenza a livello dei governi *non* è accettato da tutti i paesi previsti nella ripartizione. Ma dal momento che il controllo dell'uso delle frequenze deve essere esercitato sotto la piena responsabilità dei singoli stati è indetta poco tempo dopo a Praga (1929) una conferenza intergovernamentale alla presenza dei rappresentanti delle stazioni radiofoniche.

Il piano di ripartizione delle frequenze che esce da Praga rafforza il precedente e assegna le frequenze a 200 stazioni radiofoniche nella banda a onde medie.

In quest'epoca, contro le 200 stazioni operanti in Europa, sono mille quelle che operavano nel resto del mondo.

Ben presto la ripartizione dello spettro definita a Washington nel '27 mostra segni di crisi dovuti agli ulteriori sviluppi nell'uso delle onde radio in nuovi settori delle comunicazioni. A Madrid, nel 1932, si cerca di correre ai ripari destinando alla radiofonia una maggior quantità di frequenze nella banda delle onde medie.

L'attribuzione delle frequenze destinate dalla conferenza di Madrid alla radiofonia europea si svolge a Lucerna (Svizzera) l'anno successivo, quando le stazioni radiofoniche sono già diventate 275.

L'appuntamento successivo, al Cairo nel 1938, assume la denominazione di *Conferenza Amministrativa Mondiale per il telegrafo, il telefono e la radio* ed è organizzata dall'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (ITU, International Telecommunication Union).

Quest'ultima conferenza si occupa soprattutto dell'attribuzione di particolari frequenze per le zone tropicali, che

hanno particolari problemi di propagazione delle onde radio, dell'attribuzione (per la prima volta) di frequenze alle trasmissioni televisive e dell'attribuzione delle prime frequenze nella banda VHF (*very high frequency*).

Nel frattempo in Europa il numero delle stazioni radiofoniche è ancora aumentato: erano 123 nel 1926, sono 463 nel 1939, e questa situazione impone una revisione del piano di attribuzione vigente, stabilito a Lucerna.

Una revisione è realizzata a Montreux (Svizzera) nel 1939, ma è resa subito inapplicabile dallo scoppio della seconda guerra mondiale.

La maggior parte dei paesi europei continua così, fino al 1950, a considerare valide, in base a un tacito accordo, le indicazioni del vecchio piano di Lucerna.

Per riprendere in mano la situazione nel campo delle frequenze, dopo la guerra l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni deve organizzare altre tre conferenze.

Nel 1947, ad Atlantic City (USA), si incontrano i plenipotenziari degli stati; contemporaneamente si organizza una Conferenza Amministrativa per la Radiodiffusione e una terza conferenza relativa alle alte frequenze destinate alla radiofonia.

Nella stessa occasione si è costituito il *Comitato Internazionale di Registrazione delle Frequenze*, che diventa un organo permanente dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni.

A questo comitato — che opera tuttora — è dato l'incarico di pianificare sotto il profilo tecnico le conferenze internazionali per la radiofonia, compresa la preparazione dei piani di registrazione delle frequenze e la gestione del Registro Generale degli utenti.

Spetta allo stesso comitato fornire indicazioni e consulenze nel caso che l'installazione di nuove stazioni radiofoniche provochi interferenze e disturbi alle trasmissioni delle stazioni già in servizio.

Nell'immediato periodo post-bellico sorge un altro problema di difficile soluzione: quello delle trasmissioni in onde corte. La principale caratteristica di queste bande è che durante il giorno sono libere da interferenze per ciò che concerne la copertura di distanze relativamente brevi (da poche miglia a qualche centinaio di miglia). Quando il sole cala

i cambiamenti che si producono negli strati gassosi che formano la ionosfera favoriscono la riflessione dei segnali verso la terra. Si ripete — in condizioni ancor più difficili — la stessa situazione che avevamo visto per le onde medie.

Questi segnali forti provenienti da stazioni lontane causano interferenze rilevanti. All'origine della radiofonia poteva essere eccitante ascoltare programmi provenienti da Praga o da Filadelfia, anche se questi soffrivano di alcune dissolvenze e distorsioni.

Ma più le stazioni trasmettenti aumentano più le frequenze devono essere ripartite con molta attenzione; le interferenze, che di giorno non appaiono rilevanti, di notte creano problemi tali da rendere inascoltabili moltissime trasmissioni. Oltre al problema della *rifrazione* delle trasmissioni nelle regioni più distanti del globo, un'altra caratteristica delle onde corte è che la forza del segnale che esce dalla stazione trasmittente dipende non solo dalla potenza della stazione stessa e dalla sua frequenza ma anche dall'ora, dal giorno e dalla stagione dell'anno in cui la trasmissione è effettuata (nonché da altri fattori atmosferici).

Molti paesi usano le onde corte per far ascoltare la propria voce nei cinque continenti e ciò richiede che ognuno abbia a disposizione sufficienti frequenze in onde corte per poter raggiungere le regioni volute con un segnale di buona qualità.

Un primo tentativo — peraltro fallito — di risolvere i problemi relativi alle trasmissioni in onde corte è fatto nel 1948-9 a Città del Messico, dove si crea un comitato ristretto col compito di trovare una soluzione soddisfacente.

Il comitato si riunisce a Firenze e a Rapallo nel 1950. In queste due occasioni, è messa a disposizione delle trattative una grande quantità di dati e di statistiche che dimostrano come le richieste provenienti dai diversi paesi non possono essere soddisfatte soltanto con banda in onde corte che la conferenza di Atlantic City aveva destinato alla radiofonia. Il solo risultato raggiunto in questa occasione, come nelle successive, è quello di gestire l'uso delle onde corte per la radiofonia in modo da eliminare almeno i casi più gravi di interferenza.

Anche le bande in onde medie e lunghe destinate alla radiofonia richiedono ormai una nuova pianificazione dal

momento che gli accordi di Montreux a causa dello scoppio della guerra sono restati lettera morta e quelli precedenti di Lucerna (1933) sono ormai inadeguati alla situazione esistente.

Quindi nel 1949 si convoca a Copenaghen una *Conferenza Regionale Europea* da cui esce un nuovo piano di attribuzione delle frequenze che diventerà operativo nel 1950. Il piano di Copenaghen attribuisce le frequenze a 520 stazioni, ma nei successivi dieci anni ne entreranno in funzione il doppio.

Le enormi interferenze che un tale affollamento crea, soprattutto nelle ore notturne, trova parziale soluzione solo dopo l'introduzione delle trasmissioni in modulazione di frequenza (FM) con l'uso della banda ad altissima frequenza (VHF).

Pochi anni dopo la definizione del piano di Copenaghen si rende necessaria una nuova Conferenza Regionale Europea che si tiene a Stoccolma nel 1953. Ciò a causa dell'entrata massiccia sulla scena delle telecomunicazioni di un nuovo mezzo che richiedeva una gran quantità di frequenze: la *televisione*. In questa occasione sono destinate alla televisione spazi in una banda ad altissima frequenza (VHF).

La conferenza di Stoccolma va ricordata anche per un altro fatto: per la prima volta fu usato, per la definizione del piano di attribuzione delle frequenze, un *computer*.

Dalla conferenza regionale di Stoccolma si passa alla conferenza amministrativa per la radiofonia, che si tenne a Ginevra nel 1959, dove la novità più grossa fu l'assegnazione di una nuova porzione di spazio nella banda di onde ultracorte (onde millimetriche).

Intanto l'uso del computer nella definizione dei piani di ripartizione e di attribuzione delle frequenze è già diventato un fatto corrente che porta così un contributo irrinunciabile all'attività amministrativa delle frequenze. Per mettere a punto un piano di ripartizione o di attribuzione delle frequenze è infatti necessario calcolare per ogni stazione radio il grado di interferenze che questa subirà dalle altre stazioni che, nel mondo, trasmettono sulla stessa frequenza o su frequenze vicine. Questo calcolo è realizzabile solo in base a una complessa formula che tiene conto della collocazione, della potenza e della frequenza di ogni stazione.

Sempre a Stoccolma nel 1961 è necessario apprestare una



ulteriore revisione dei piani a causa dell'enorme sviluppo che la televisione sta avendo. È questa l'occasione per assegnare nuove frequenze alla regione europea sia sulla banda VHF (*very high frequency*, altissime frequenze), sia, per la prima volta, anche nella banda UHF (*ultra high frequency*).

Nonostante le ancora scarse esperienze sul comportamento della porzione più alta dello spettro la conferenza di Stoccolma assegna frequenze a un elevato numero di stazioni televisive.

In questi anni accade poi un fatto nuovo di portata tale da aprire nuove prospettive nel campo delle comunicazioni.

Nel 1957 l'Unione Sovietica mette in orbita intorno alla terra un satellite artificiale.

Nel 1962, per la prima volta, il satellite americano *Telstar 1* mette in collegamento due stazioni televisive, una in Francia e una negli Stati Uniti, e consente la trasmissione attraverso l'Atlantico di segnali televisivi.

Dieci anni più tardi, a Ginevra nel 1972, la Conferenza amministrativa mondiale sulle radiocomunicazioni assegna le frequenze per comunicazioni spaziali di ogni tipo.

Da questo momento in poi, e sempre di più, la questione delle frequenze esce decisamente da un ambito di pianificazione tecnica per entrare in quello *tutto politico* dei rapporti di potere fra i diversi stati.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Nella *Appendice 1* («La politica delle frequenze nell'era dei satelliti»), a fine volume, abbiamo appunto affrontato gli ultimi dieci anni, mettendo in luce il conflitto politico che oppone i paesi sviluppati a quelli in via di sviluppo.

### Capitolo III

## La nascita dei modelli classici di organizzazione della radio

Nel primo capitolo di questo volume abbiamo presentato le origini della radio come un'avventura di singoli individui e delle piccole imprese da loro fondate per sfruttare commercialmente le loro stesse invenzioni.

Implicita talvolta negli esperimenti di qualcuno (Marconi), presente come geniale folgorazione nelle azioni di altri (Fessenden soprattutto, e certamente De Forest) l'idea di una *radio* quale oggi la conosciamo era certamente ben lontana dai piani e dai progetti di quella industria che in seguito ne avrebbe patrocinato lo sviluppo, ma che in quegli anni ancora traeva i propri cospicui ricavi da un mercato delle comunicazioni fondamentalmente imperniato sullo sviluppo del telegrafo e del telefono.

Lo scenario muta radicalmente prima della *grande guerra*. Negli Stati Uniti entrano in scena le grandi *Corporations*, i giganti industriali che cominciano a investire nel nuovo settore le grandi risorse derivate dai loro interessi in altre aree industriali. Uno di questi giganti già lo abbiamo incontrato: quella *American Telephone and Telegraph Company (AT&T)* che acquistò da De Forest i diritti di sfruttamento dell'*audion*, per adoperarlo come amplificatore telefonico. Gli altri: *General Electric*, *Westinghouse*, poi *Radio Corporation of America (RCA)* nomi da allora presenti, e in modo vieppiù massiccio, nell'universo americano e mondiale della comunicazione, fondatori di quell'impero multinazionale dell'elettronica che domina tuttora incontrastato la scena internazionale.

Durante la guerra queste compagnie rafforzano le loro posizioni. Alla fine del conflitto controllano i principali brevet-

ti e sono in condizione di governare gli sviluppi futuri del settore.

La loro stessa esistenza fa della radio americana un caso a parte, diverso da ogni altro paese.

In Gran Bretagna cresce e si consolida il ruolo dominante della prima creatura di Marconi, la *British Marconi*, affiancata da altre imprese, concorrenti di tono minore. In altri paesi si rafforzano *companies* di diversa origine (la AEG-Telefunken in Germania, erede dei brevetti *Arco*). Per tutte la prima guerra mondiale sarà l'inattesa occasione di uno sviluppo imprevisto.

Insieme al telefono, la radio fu una delle poche industrie a trarre enormi vantaggi dalla guerra.

« Le esigenze dei trasporti e delle comunicazioni militari si modificarono e si moltiplicarono man mano che il conflitto si estese e gli eserciti contendenti presero dimestichezza con le possibilità dell'aeroplano e dei veicoli a motore; il telefono ricevette un forte impulso dalla necessità di smistare il crescente scambio di messaggi durante le battaglie; la radiotelegrafia si rivelò importante per le comunicazioni fra nave e nave e fra nave e terraferma, fra aereo e suolo. »<sup>1</sup>

La radio insomma era ancora un *telefono senza fili*. Quando il radiotelefono permise a un uomo a terra di parlare con un altro uomo a bordo di un aeroplano sembrò che lo scopo ultimo fosse raggiunto. Che poi si trattasse ancora del Principe di Galles, durante una esercitazione di radiotelegrafia della Scuola della Aeronautica Britannica non fa che confermare il ruolo di inconscio *padrino della radio* che sembra doversi assegnare all'erede al trono di Sua Maestà Britannica.<sup>2</sup>

In tutti i paesi direttamente coinvolti nei conflitti la radio si sviluppa come mezzo *bellico* e da lì inizia la sua trasformazione. In questo capitolo cercheremo di ricostruirne le tracce. Non parleremo di ciascun paese; benché l'evoluzione della radio da mezzo di comunicazione puntuale a mezzo di comunicazione di massa si avvii quasi contemporaneamente in Europa e negli Stati Uniti, la nostra trattazio-

<sup>1</sup> David S. Landes, *The Unbound Prometheus*, Cambridge University Press, 1969. Ed. it.: Giulio Einaudi Editore, Torino 1978.

<sup>2</sup> P.P. Eckersley, *The Power behind the microphone*, Jonathan Cape, 1941. L'episodio è citato in questo testo.

ne resterà limitata ai due paesi che tra il 1920 e il 1934 produssero due sistemi antitetici di organizzazione radiofonica nazionale, che da allora in poi costituiscono i *modelli classici* intorno ai quali e rispetto ai quali si vennero strutturando i sistemi degli altri. In questo capitolo tratteremo quindi specificatamente della nascita e del primo sviluppo dei modelli classici:

- il *monopolio* pubblico della radiofonia in Gran Bretagna;
- il sistema a *network* americano, gestito da compagnie private sotto il relativo controllo di un pubblico organismo federale.

Due modelli lontani fra loro, antitetici per definizione, ma che nascono nello stesso periodo dal concorso di forze sostanzialmente analoghe e dagli esiti opposti.

### *Alle origini dei modelli*

Nella ufficiale *History of Communication-Electronics in U.S. Navy*<sup>1</sup> alle pp. 207-394, gli anni che vanno dal 1914 al 1918, mentre si perpetrava il più colossale bagno di sangue della storia umana fino ad allora, sono raccontati in un capitolo dal titolo tanto agghiacciante quanto emblematico: *The Golden Age* (L'età dell'oro). Titolo paradossale e di gusto alquanto dubbio ma che dà un'idea precisa dell'orgoglio di parte con cui la Marina degli Stati Uniti considera i risultati conseguiti in quegli anni, quando spettò all'arma navale patrocinare, coordinare e condurre a pratici risultati bellici lo sviluppo delle comunicazioni elettroniche.

Con mano ferma aveva guidato una rivoluzione tecnologica; una industria omogenea era stata creata laddove prima c'era un pugno di imprese litigiose in feroce concorrenza fra loro.<sup>2</sup>

L'azione della Marina in quegli anni ebbe anche un preciso significato politico internazionale: dalla guerra gli USA uscivano con il titolo di *potenza mondiale*; a questa potenza la radio dava una voce in grado di attraversare gli oceani.

<sup>1</sup> *Op. cit.*

<sup>2</sup> Erik Barnouw, *A Tower in Babel - History of American Broadcasting*, vol. 1, Oxford University Press, New York 1966.

Ancor prima che la guerra finisse la Marina si propose di continuare in tempo di pace a controllare il nuovo mezzo. Si parlò allora di un *monopolio* naturale della radio, da affidarsi alla Marina stessa, allo stato, oppure in ultima analisi a una sola *company* appositamente costituita sotto il controllo dello stato.<sup>1</sup>

Anche in Gran Bretagna, alla fine della guerra, fu deciso di mantenere sotto controllo pubblico tutte le stazioni della rete *wireless* dell'Impero. Al Post Office toccava amministrarle e utilizzarle per fini commerciali come estensione dei servizi telegrafici nazionali. Le imprese private potevano partecipare allo sviluppo e allo sfruttamento commerciale del *wireless*, a condizione di pagare *royalties* allo stato.

Si può quindi affermare che a fine conflitto l'orientamento prevalente, almeno a livello dei due governi, in Gran Bretagna e Stati Uniti, era molto simile. Tuttavia l'evoluzione del processo organizzativo fu affatto differente. Conviene, per cercare una spiegazione, fare un passo indietro.

### *Entrano i giganti: commesse belliche e concorrenza fino al patto dei brevetti*

Alle soglie della prima guerra mondiale l'etere, in Europa come negli USA, risuonava di codici; qua e là i dilettanti più disparati trasmettevano qualche parola, un disco, leggevano poesie, cantavano e suonavano strumenti, facevano un discorso, davano l'ora e le previsioni del tempo. Gli eredi naturali di Fessenden e De Forest, i radioamatori insomma, continuavano a lavorare intorno a una idea, il *broadcasting*, che sembrava interessare solo a loro. Nel 1910 c'era stato il famoso caso Crippen, un gentiluomo uxoricida che aveva abbandonato l'Inghilterra con l'amante dopo aver ucciso la moglie ed era salpato da Anversa sul transatlantico *Montrose* diretto a Montreal. In altri tempi l'assassino e la sua compagna l'avrebbero certamente fatta franca ma il *wire-*

<sup>1</sup> *Government Control of Radio Communication: Hearings before the Committee on merchant marine and fisheries, U.S. House of Representatives, 65<sup>th</sup> Congress, 3<sup>rd</sup> Session, Dec. 12-19 1918, Government Printing Office, Washington 1919.*

less, un mezzo ancora ignoto al grande pubblico, fu la loro rovina. *Scotland Yard* infatti comunicò i connotati dei due che furono riprodotti sui giornali europei; il comandante del *Montrose*, riconosciutigli fra i suoi passeggeri, telegrafò a Londra. L'ispettore-capo Dew poté così partire subito con il più veloce *Laurentic*, arrivare a Montreal prima dell'assassino, salire a bordo del *Montrose* e arrestarlo. I lettori dei giornali popolari si entusiasmarono all'idea delle due navi in corsa nell'Atlantico con i due fuggitivi ignari del destino che il maligno ticchettio di una macchinetta sconosciuta stava loro preparando. E per il *wireless* fu un battesimo mondano (e un lancio pubblicitario) senza precedenti.<sup>1</sup>

Nel 1912 c'era stato l'affondamento del *Titanic*, dove l'impiego della radiotelegrafia senza fili si avvicinò molto all'idea del *broadcasting*, in quanto il segnale di soccorso viene lanciato dalla nave in pericolo *non verso un ricevente preciso*, ma su un'area la più vasta possibile, nella speranza di incontrare aiuto. L'SOS del *Titanic* infatti, oltre che dal *Carpathia*, fu raccolto da una stazione radiotelegrafica installata dalla American Marconi all'interno del supermercato Wanamaker a New York. L'operatore che provvide a diffondere la notizia negli Stati Uniti era niente meno che David Sarnoff, un uomo destinato molto presto a imporre il suo nome nella storia della radio.

Naturalmente il messaggio che aveva bloccato Crippen, così come quello che aveva permesso di salvare un terzo dei passeggeri del *Titanic* erano ancora messaggi Morse. Quegli eventi, insieme a numerosi altri di minore entità, ebbero l'effetto di mantenere viva l'attenzione dei radioamatori. Nel 1913 poi, proprio Sarnoff, che dopo l'affare del *Titanic* aveva fatto carriera fino a diventare direttore commerciale della American Marconi, lanciò una rivista, "Wireless Age", sulla quale si cominciò a discutere di *broadcasting* con maggiore continuità.

Nel frattempo l'American Marconi era cresciuta, lentamente ma senza soluzioni di continuità. Abbandonata la politica commerciale che alla fine del secolo precedente l'aveva esclusa dai lucrosi contratti governativi, si era data a sfrut-

<sup>1</sup> L'episodio è citato in Maurice Corham, *Broadcasting and Television since 1900*, Londra 1952.

tare su vasta scala le caratteristiche del *diodo* di Fleming, messo a punto nei suoi laboratori inglesi e brevettato anche negli USA nel 1905. Grazie al diodo riuscì a trascinare in tribunale le sue concorrenti: la *De Forest Radiotelephone Company* e la *United Wireless Company* di Abraham White che impiegavano entrambe rivelatori a griglia (*triodi*) messi a punto da De Forest ma derivati dall'originale di Fleming. Nel 1912 l'American Marconi acquistò in blocco la *Company* di White con le sue 17 stazioni costiere a 400 installazioni su navi e si trovò ad avere di fatto quel monopolio sulle comunicazioni marine degli Stati Uniti che non le era riuscito di conseguire alla fine del secolo XIX.

Fu proprio il ruolo di crescente dominio assunto da questa compagnia a causare l'entrata in scena del primo dei giganti. Nel 1913 infatti cominciarono a circolare voci secondo cui l'American Marconi, ormai padrona della radiotelegrafia, mirava a entrare nel mercato della telefonia senza fili e in particolare nelle comunicazioni transoceaniche, entrambe territori esclusivi della American Telephone and Telegraph Company, il gigante delle comunicazioni telegrafiche-telefoniche nato nel 1885 come consociata della Bell Telephone Company e che in pochi anni aveva eliminato la concorrenza della Western Union fino a dominare incontrastata sulle reti telefoniche continentali. Da qualche tempo la AT & T puntava a estendere il suo dominio anche sulle comunicazioni transoceaniche e a questo fine aveva avviato trattative con De Forest per acquistare il brevetto dell'*audion*. Tra il 1913 e il 1914, mentre la guerra mondiale sembrava sempre più vicina, la AT & T concluse con De Forest acquistando in blocco tutti i suoi brevetti che utilizzò immediatamente in telefonia affidando alla Western Union (ormai sua sussidiaria) la sperimentazione *broadcast* in vista dell'impiego bellico e delle conseguenti commesse che si prevedevano copiose.<sup>1</sup>

Nell'autunno del 1916, alle soglie dell'entrata in guerra degli Stati Uniti, la Corte Distrettuale di New York decretò, dopo anni di polemiche, che l'*audion* di De Forest come

<sup>1</sup> De Forest cedette tutto per 300.000 dollari, ma si riservò il diritto di vendere direttamente i suoi apparecchi ai radioamatori. Questa decisione doveva avere pesanti conseguenze sulla politica monopolistica delle grandi *Corporations* negli anni '20.

rivelatore doveva ritenersi *non* una invenzione ma un derivato del diodo di Fleming e come tale di quel brevetto usurpava i diritti. Di conseguenza l'*audion* non poteva essere commercializzato come rivelatore negli Stati Uniti, senza il consenso della American Marconi detentrica del brevetto Fleming. Tuttavia l'innovazione apportata da De Forest (la griglia) venne riconosciuta, di modo che la American Marconi non poteva utilizzare il triodo senza il consenso della AT & T detentrica di quel brevetto. Ciascuna delle due compagnie, insomma, era proprietaria di qualcosa che poteva utilizzare soltanto con il consenso dell'altra.

A complicare le cose, già dal 1914 Edwin Armstrong aveva messo a punto, insieme al professor Pupin della Columbia University, e brevettato il suo *circuito feedback* che aumentava enormemente le caratteristiche dell'*audion* come rivelatore; senza il *feedback* l'impiego radiotelegrafico dell'*audion* era fortemente limitato. De Forest e Armstrong scoprirono presto separatamente che l'*audion* poteva essere usato anche come *generatore* di onde radio, oltre che come rivelatore e amplificatore.

Si arriva così alla fine del 1916 a quello *stallo* di brevetti per cui nessuno poteva impiantare un efficiente sistema trasmittente-ricevente senza usurpare i brevetti di qualcun altro. Tutto ciò aveva luogo proprio nel momento in cui l'esercito e la marina, sempre più vicini all'entrata in guerra, cominciavano a richiedere massicci quantitativi di attrezzature elettroniche per le comunicazioni. La *domanda* esigeva: trasmettitori e ricevitori per le navi, gli aerei, le automobili; rivelatori per i sottomarini, radiogonometri e attrezzature per la registrazione e lo studio delle trasmissioni in codice. Tutti questi apparecchi avevano bisogno di *valvole*. La guerra dei brevetti rischiava di indebolire militarmente gli Stati Uniti; il governo fu costretto a intervenire. Tutte le compagnie industriali che avevano contratto forniture belliche con il governo degli Stati Uniti furono obbligate a siglare un patto di sospensione delle ostilità commerciali; la produzione bellica andò avanti utilizzando tutti i brevetti disponibili, a prescindere da quale compagnia ne detenesse i diritti di sfruttamento. Fu così possibile uno sviluppo vasto e coordinato della radio durante la guerra, finanziato dallo stato e guidato dalla Marina. Ciascuna Compagnia



fu autorizzata a depositare le proprie istanze sui brevetti impiegati; a fine guerra la questione sarebbe stata affrontata e risolta una volta per tutte nelle sedi competenti.

Le commesse belliche implicavano l'allestimento di una produzione di massa. Tutte le industrie che producevano beni in qualche modo tecnologicamente assimilabili alle componenti di un sistema radio ricetrasmittente furono quindi invitate a convertire le loro linee di produzione. Così, nella scena americana della radio, entrarono trionfalmente altri due giganti. Tutte le apparecchiature richieste dall'esercito e dalla Marina impiegavano, come abbiamo visto, le *valvole termoioniche* (tubi a vuoto). Le due principali aziende manifatturiere del settore elettrico (lampadine, bulbi, ecc.) divennero quindi, tramite le commesse belliche, produttrici di valvole; attraverso le valvole General Electric, con sede a Shenectady, e Westinghouse, con sede a Pittsburgh, si trasformarono in produttori di radio e in seguito in veri e propri *broadcasters*. Alla General Electric avevano cominciato a studiare l'*audion* già dal 1912, un po' per una politica della ricerca che andava sempre a caccia del nuovo, un po' perché il triodo di De Forest figlio naturale del diodo di Fleming, era in qualche modo nipote del filamento elettrico incandescente di Thomas Alva Edison, inventore della lampadina (tra molte altre cose) e padre fondatore della società di Shenectady. Nel 1914 Irving Lamuir, uno scienziato al servizio della GE, aveva ottenuto gli stessi risultati di H.P. Arnold alla AT & T; togliendo il gas dall'ampolla di vetro dell'*audion* aveva realizzato una valvola capace di lavorare in trasmissione a voltaggi infinitamente superiori all'originale e con una vita di laboratorio molto più lunga. Oltre a sperimentare e innovare la valvola termoionica, i laboratori GE avevano continuato a lavorare sull'*alternatore* che Alexanderson aveva messo a punto quasi dieci anni prima su incarico di Fessenden. Più che la valvola fu proprio l'*alternatore* a dare alla GE una posizione strategica nella nascente industria della radio.

Marconi nel 1915 durante un soggiorno d'affari negli Stati Uniti aveva visitato i laboratori GE e, convinto che l'*alternatore* fosse la risposta ai problemi ancora insoluti delle comunicazioni transoceaniche, aveva proposto un accordo fra la sua compagnia e la GE che avrebbe dato alla prima

l'esclusiva nell'impiego e alla seconda l'esclusiva nella manifattura dell'alternatore. Il contratto fu accantonato per l'incombere della guerra, ma un alternatore da 50.000 watt fu comunque acquistato dalla Marconi e trasferito immediatamente alla Stazione Marconi di New Brunswick, dove venne preso in consegna dalla Marina USA che sponsorizzò gli esperimenti di comunicazione con l'Europa.

Durante la guerra la GE si trovò a dover soddisfare ordini di ottanta-centomila valvole in un colpo solo, e allestì linee per la produzione in massa di tubi-a-vuoto costruiti secondo le specifiche governative di modo che anche altri potessero produrli usando brevetti e componenti di varie *companies*, soprattutto AT & T, American Marconi, Westinghouse, i cui destini furono sempre più progressivamente intrecciati.

Non diversamente negli altri paesi, e in Gran Bretagna in particolare, il conflitto mondiale aveva sottoposto tutta la questione della radio al controllo dei governi.

In Gran Bretagna, d'altra parte, lo scenario presentava le stesse caratteristiche americane seppure su toni meno accentuati. Anche qui cioè la sperimentazione radiotelefonica aveva mosso i primi passi prima della guerra. Anche qui il nome Marconi dominava la scena, soprattutto dopo che nel 1911 la British Marconi aveva acquistato l'unica sua vera rivale, la *Lodge-Muyhead Syndicate*, che sfruttava commercialmente i brevetti di Sir Oliver Lodge (il vecchio inventore del *coherer*), dopo averla fiaccata con la solita tecnica dell'usurpazione di brevetto, una caratteristica delle Marconi Companies (che di brevetti, peraltro, ne detenevano effettivamente molti) che le accompagnerà costantemente fino alla loro estinzione. Anche qui c'erano aziende concorrenti, in particolare la Metropolitan Vickers, la Radio Communication Co. nate proprio per sfidare il monopolio Marconi sul *wireless* navale e che in seguito si fusero, e la Western Electric.

Anche qui le necessità belliche avevano portato alla chiusura delle installazioni radiotelegrafiche amatoriali e alla concentrazione delle attività industriali sulla produzione di attrezzature per la guerra.

In questi anni di fervore produttivo e sperimentale che in qualche modo giustificano quel titolo di *età dell'oro*, per-

fino i radioamatori dovettero accantonare l'idea del *broadcasting*, anche se la crescente pratica di intercettazione delle comunicazioni nemiche finì poi col favorirla. Solo un uomo continuava a pensarci. Nel 1916, mentre De Forest continuava i suoi esperimenti radiofonici più che altro per fare pubblicità ai suoi apparecchi (ma va ricordato che riuscì a trasmettere i risultati delle elezioni presidenziali di quell'anno al suo ristretto uditorio, prima che fossero pubblicati dalla stampa!), David Sarnoff tradusse l'idea in un progetto commerciale che per la prima volta comprendeva l'ipotesi di un ampio mercato di consumatori.

Ho in mente un piano che potrebbe fare della radio uno strumento domestico, come il grammofoono o il pianoforte... [scrisse Sarnoff in un memorandum riservato per Edward G. Nally, presidente della American Marconi]. Il ricevitore sarà progettato nella forma di una *scatola radiofonica musicale* (... a radio music box) adatta a ricevere diverse lunghezze d'onda che si potranno cambiare a piacimento spingendo un bottone... la scatola musicale avrà un amplificatore e un altoparlante telefonico incorporati al suo interno... sarà tenuta in salotto e si potrà ascoltare musica, conferenze, concerti.<sup>1</sup>

A Nally l'idea apparve folle, convinto com'era che il futuro commerciale della radio stesse tutto nelle comunicazioni punto a punto. Sarnoff mise da parte il progetto e attese il suo momento. Lo avrebbe ritirato fuori quattro anni dopo per offrirlo al suo nuovo padrone, la RCA, e questa volta, dopo qualche incertezza avrebbe avuto via libera.

### *I modelli alternativi*

Alla fine della guerra i due paesi che abbiamo preso in esame si trovavano quindi in una situazione apparentemente simile per quanto concerne la radio.

In Gran Bretagna tutta la rete *wireless* era sotto il controllo dello stato. Le compagnie, e tra queste la British Marconi più di ogni altra, costruivano e vendevano componenti e attrezzature e partecipavano, pagando *royalties* al Post Office, allo sfruttamento commerciale della rete.

<sup>1</sup> Cit. in G.L. Archer, *History of Radio*, American Historical Society, New York 1938.

Negli Stati Uniti, lo stato controllava di fatto, sulla scorta dell'esperienza bellica, tutte le stazioni ricetrasmittenti e molte forze spingevano alla creazione di un monopolio.

In entrambi i paesi c'erano numerosissimi radioamatori dilettanti. In entrambi i paesi agiva una compagnia Marconi.

Nel 1912, su pressione dei militari, il governo americano aveva promulgato un *Radio Act* per tentare di contrastare la crescente attività dei radioamatori. Secondo quella legge, nata quando le potenzialità e le caratteristiche della radio non erano ancora note ma che ne avrebbe regolato i destini fino al 1927, per poter trasmettere bisognava avere una *licenza*, rilasciata dal ministero del Commercio, e un *patentino* abilitante all'attività di operatore radiotelegrafico, rilasciato dopo un esame. Bisognava anche essere cittadini americani, ma le compagnie consociate di industrie straniere che fossero incorporate in uno degli Stati Uniti, avevano egualmente diritto a ottenere una licenza. Nel rilasciare la licenza il ministero del Commercio assegnava alla stazione richiedente una lunghezza d'onda e un limite di tempo entro cui era lecito trasmettere. Secondo la legge il ministero del Commercio non poteva in alcun modo rifiutare una licenza a un qualsiasi cittadino americano che avesse i titoli (cioè il *patentino*) per farne richiesta.

Il *Radio Act 1912* fu il primo tentativo di organizzare lo spettro radio suddividendolo in bande funzionali. Le trasmissioni amatoriali furono relegate sulla lunghezza d'onda di 200 metri e oltre, in modo che fossero separate chiaramente da quelle impiegate per il traffico navale e per le comunicazioni governative.

Tra il 1912 e il 1916 furono rilasciate più di 8500 licenze di trasmissione, molte delle quali andarono a scuole, *colleges*, università, ma quelli che continuavano a trasmettere senza licenza erano ancora numerosi; i possessori di apparecchi riceventi erano più di 125.000.

Anche in Gran Bretagna i radioamatori erano una schiera numerosa e anche qui, come negli USA, alla fine della guerra la tecnologia radiofonica aveva raggiunto un livello tale per cui il lancio commerciale del nuovo mezzo era questione di poco.

Tuttavia si davano per i due paesi alcune fondamentali differenze. In Gran Bretagna l'opposizione degli interessi

costituiti e la resistenza al cambiamento erano molto più forti che negli USA. Il governo, come in tutti i paesi europei del resto, era riluttante a concedere licenze di trasmissione perché riteneva, non del tutto a torto, che l'attività dei dilettanti e delle compagnie commerciali avrebbe causato disturbi e interferenze alle trasmissioni ufficiali e di servizio, data la ridotta capacità selettiva degli apparecchi del tempo. Sofferamoci un attimo su questo aspetto di una questione che sarà trattata estesamente in altro capitolo. L'etere non è un'area illimitata; la radio deve dividerlo con altri servizi (radiotelegrafici militari, commerciali, telefonici, segnali di soccorso, ecc.), e ogni nazione deve rispettare lo spazio-radio dei paesi vicini. Questa caratteristica della radio era nota sin dalle origini: due stazioni che avessero trasmesso sullo stesso canale entro la stessa gamma avrebbero reso impossibile l'ascolto. Per essere ascoltabili due stazioni dovevano distare fra loro un certo numero di *chilocicli* sulla banda di frequenza, oppure un certo numero di chilometri nello spazio a terra; e la distanza chilometrica esente da interferenze è proporzionale alla potenza di trasmissione delle stazioni. L'area di interferenza di una stazione è molto più ampia della sua area di servizio. Una stazione troppo lontana per essere ascoltata da noi può tuttavia disturbare l'ascolto di una stazione diversa e a noi vicina, soprattutto durante la notte quando gli strati gassosi della ionosfera subiscono una trasformazione.

Oggi gran parte di questi problemi sono stati risolti con il perfezionamento delle attrezzature tecniche e con gli accordi internazionali sotto l'egida dell'*International Telecommunication Union* che dividono lo spettro radio in bande di frequenza funzionali e in aree regionali molto precise. Ma allora, sia l'approssimazione delle attrezzature di trasmissione-ricezione, sia il ritardo amministrativo, costituivano limiti rigidissimi alla possibilità di mettere al bando le interferenze e i disturbi. Questo problema ovviamente era sentito di più in Europa che non negli Stati Uniti per due ordini di motivi. L'enorme estensione territoriale consente agli USA lo sfruttamento massimo delle bande di frequenza; le diverse stazioni trasmettenti erano localizzate a grandi distanze le une dalle altre, e i casi di interferenza si limitavano, almeno inizialmente, ad aree territoriali circoscritte su

cui insisteva un numero eccessivo di stazioni, oppure al caso di installazioni di trasmissione ultrapotenti i cui segnali sconfinavano dall'ambito locale. Ma sul piano continentale, se si escludono le aree congestionate ad alta concentrazione urbana, demografica e industriale (l'asse New York-Boston-Chicago soprattutto) era molto difficile incrociare i segnali radio di molte stazioni e causare interferenza.

In Europa la situazione era diversa: la dimensione limitata di ciascun paese non offriva molto etere senza interferenze; la prossimità fisica degli stati era causa di costanti sconfinamenti radio magari utili in tempo di guerra ma poco apprezzati in tempo di pace. Di più, l'esperienza bellica era stata molto diversa in Europa e negli USA. Quest'ultimi, lontanissimi dal teatro principale degli scontri non avevano sperimentato i rischi e i vantaggi dell'*intelligence* informativo sui messaggi *wireless*. Al contrario, fra i paesi europei, e in particolare fra Gran Bretagna e Germania si era svolta una vera e propria guerra delle onde hertziane, parallela a quella ben più cruenta che si svolgeva sui mari, nei cieli, per terra. Una guerra segreta, tutta intesa ad ascoltarsi reciprocamente, a decifrare codici segreti trasmessi a velocità sempre più vorticose per prevenire le mosse del nemico, a registrarne la propaganda che passava fra le righe dei dispacci che i corrispondenti militari inviavano ai loro giornali e che quasi mai venivano trasmessi così com'erano scritti. Una guerra che, come quella guerreggiata, la Gran Bretagna finì col vincere e che insegnò al suo governo l'importanza affatto nuova che il controllo sulle comunicazioni via etere poteva avere anche in tempo di pace. A ciò si deve probabilmente un'altra fondamentale differenza. Il governo britannico era a capo di un impero smisurato tenuto assieme in gran parte dai cavi transoceanici del telegrafo elettrico su cui esercitava un monopolio assoluto anche di tipo commerciale. Prima dello scoppio della guerra, preoccupato dalla relativa vulnerabilità dei cavi sottomarini (che infatti furono presto tagliati) il governo inglese aveva affidato alla British Marconi l'incarico di installare una rete di stazioni telegrafiche senza fili nei punti strategici dell'impero. Il progetto fu sospeso per la guerra e solo in parte completato con il ritorno della pace sia per ragioni finanziarie sia per l'incombere del *broadcasting*, ma esso conferma che nelle co-

municazioni lo stato inglese era abituato a esercitare tramite il Post Office, un controllo assoluto, legittimato dall'*Electric Telegraph Act* del 1863, confermato nel 1868 e 1869, nonché dal *Wireless Telegraph Act* del 1904 che obbligava gli operatori telegrafici a operare solo su licenza.

Le comunicazioni insomma erano considerate materia *strategica*, di esclusiva competenza dello stato. Ai dilettanti si concedeva, e malvolentieri, poco spazio; alle compagnie commerciali si riservava il diritto a lucrare profitti, e a rimpinguare di *royalties* le casse dello stato.

Negli Stati Uniti la situazione era affatto diversa. Alcuni settori del governo e del Congresso vedevano la questione con occhi per così dire *britannici*, puntavano cioè a instaurare un controllo strategico sulle comunicazioni; ma alla maggioranza di senatori e deputati la parola *monopolio* dava i brividi, suonava l'opposto del regime strettamente liberistico vigente nell'economia, andava contro la legislazione anti-monopolistica, soffocava insomma la libera iniziativa e non poteva trovare giustificazione in tempo di pace. Corollario di questo atteggiamento è un rapporto privilegiato fra gli apparati legislativo (parlamento), esecutivo (governo), militare, e l'industria con un interscambio di uomini che non ha eguali in nessun altro paese e parimenti una diffusione di *lobbies* che condizionano le scelte governative orientandole decisamente al soddisfacimento di interessi privati.

In Gran Bretagna insomma, un governo rigorosamente imperiale e vittoriano utilizzava l'industria delle comunicazioni senza nascondere un certo nobile disgusto per le sue applicazioni commerciali (e in seguito per la diffusione di programmi di intrattenimento via radio).

Negli Stati Uniti le industrie sapevano di poter contare su un governo che preferiva utilizzare i dirigenti delle *corporations* come propri consulenti nel disporre la complessa materia legislativa della radio.

In entrambi i paesi la fine della guerra segnò l'inizio di un periodo critico per l'industria delle comunicazioni che durante il conflitto aveva predisposto le sue linee a una produzione di massa di componenti e attrezzature interamente assorbite dall'esercito, ma che adesso si trovava a offrire i suoi prodotti in quantità nettamente sovrabbondanti rispet-

to alla capacità di assorbimento di un mercato che ancora non sapeva cosa potesse essere la radio.

Negli Stati Uniti questa industria riuscì a esercitare sul governo pressioni tali da sospingerlo gradualmente a favorire lo sviluppo della radio in regime di libera concorrenza. Anche in Gran Bretagna ci fu eguale pressione ma sin dall'inizio, per le ragioni esposte, il governo sposò una ipotesi monopolistica affidando prima il *broadcasting* a un *pool* di industrie private sotto controllo del Post Office, e poi a una organizzazione indipendente ma di natura strettamente pubblica.

Prima di addentrarci nei meandri dei due modelli opposti che scaturirono dal convergere di forze sostanzialmente analoghe, conviene soffermarsi per un attimo su un fenomeno che può aver avuto un effetto psicologico non indifferente nelle scelte americane in materia di *broadcasting*, un fenomeno in cui il ruolo e l'esperienza inglese hanno un peso notevole.

Abbiamo scritto in precedenza che una delle similitudini di contesto fra i due paesi alla fine della guerra era il fatto che in entrambi agiva una compagnia Marconi.

Ora fu proprio una mossa dell'American Marconi, consociata della casa madre inglese e in gran parte proprietà di Marconi stesso, a provocare l'inizio delle ostilità che portarono alla costituzione dei *networks*, attraverso il rilancio della tesi monopolistica che ambienti della Marina americana non avevano mai abbandonata, anche se col tempo aveva prevalso l'idea di tenerne fuori il governo e di affidare il monopolio a una compagnia commerciale a statuto speciale. Guglielmo Marconi aveva proposto nel 1915 alla General Electric un patto commerciale per assicurare alla sua compagnia l'impiego esclusivo dell'alternatore di Alexanderson. A fine guerra Marconi tornò alla carica e propose di acquistare ventiquattro alternatori, al prezzo di oltre quattro milioni di dollari, da installare nelle stazioni Marconi in USA e altrove. In seguito le Marconi Companies avrebbero acquistato altri alternatori garantendo alla GE uno sfogo di mercato che in quel periodo di crisi fu accolto con entusiasmo. Ma Owen D. Young, presidente della GE, aveva in mente tutt'altre prospettive. Prima di firmare il contratto chiese tempo e si mise in contatto con F.D. Roosevelt, allora vice-ministro della Marina, spiegandogli i dettagli dell'operazione



proposta da Marconi. Come Young aveva previsto la Marina ne fu allarmatissima. Il contrammiraglio Bullard (futuro membro del consiglio di amministrazione della RCA), reduce dalla Conferenza di Parigi dove i vincitori della guerra stavano discutendo le condizioni della pace e il nuovo assetto del mondo, ricevette istruzioni immediate di « dirigere la lotta contro il monopolio inglese ».<sup>1</sup>

La General Electric fu invitata ufficialmente a sospendere le trattative e a conferire con i rappresentanti della Marina. I rapporti fra Stati Uniti e Gran Bretagna al tavolo della Conferenza di Parigi non erano in quel momento dei migliori. La vecchia e la nuova potenza imperialistica, pur legate in mille modi, combattevano una battaglia neanche troppo nascosta per l'egemonia. Gli Stati Uniti d'altra parte sapevano bene quanto il dominio sui cavi telegrafici contasse nella strategia di potenza britannica, e conoscevano le potenzialità dell'*alternatore* che dal 1914 (quando i cavi furono tagliati) fino all'entrata in guerra aveva mantenuto i collegamenti telegrafici fra USA e Germania. Non è chiaro se il presidente degli Stati Uniti Wilson, a Parigi da molto tempo, fosse al corrente delle manovre della Marina. È certo che Bullard fece credere di agire su istruzioni del Presidente contando proprio sui sospetti reciproci che si andavano inserendo nei rapporti personali fra Wilson e il premier britannico Lloyd George.

In questo contesto Young mosse le sue pedine. L'organizzazione che aveva in mente non prevedeva ancora la radio come la conosciamo oggi, ma gettava le basi di quel sistema, i *networks*, che sarebbe molto presto diventata la caratteristica qualificante del sistema radiofonico prima e poi radio-televisivo americano.

Il suo progetto, si sposava perfettamente con lo spirito imperialistico che germinava dal riconosciuto ruolo di potenza mondiale acquisito con la guerra dagli USA, e poteva contare sull'appoggio della Marina che evidentemente non aveva dimenticato l'*offensiva proposta* dell'American Marconi nel 1899. Il progetto di Young prevedeva un sistema di comunicazioni mondiali a dominazione americana; l'alter-

<sup>1</sup> E. Barnouw, *op. cit.*

natore di Alexanderson poteva diventare per gli USA quello che i cavi erano stati per l'Impero Britannico, e cioè un'arma di controllo e uno strumento di potere. In questa prospettiva non c'era posto per accordi con Marconi e la sua compagnia, americana solo di nome e inglese di fatto.

Secondo Erik Barnouw<sup>1</sup> l'obiettivo di Young poteva essere considerato sotto molti punti di vista: in termini idealistici era il trionfo della libertà di espressione (che ciascuna nazione possa parlare alle altre...); in termini isolazionistici era un invito a proteggere gli USA dal monopolio britannico; in termini commerciali era la strada per sconfiggere i cavi sottomarini con un nuovo mezzo che avrebbe svolto lo stesso servizio a costi d'utenza inferiori; in termini patriottici era l'idea di dare all'America una voce adeguata al suo nuovo ruolo nel mondo; in termini militari era una necessità urgente.

Con un tale schieramento di motivazioni capaci di soddisfare le esigenze più contraddittorie, difficilmente Young poteva fallire. Quando i suoi piani furono definiti vennero sottoposti a Washington. In un primo momento Young aveva previsto l'istituzione di un monopolio garantito da un Atto governativo da assegnarsi a una compagnia commerciale privata, ma i suoi interlocutori della Marina lo convinsero a cambiare strada per non irritare gli antimopolisti del Senato e del Congresso. Il 17 ottobre 1919, pochi mesi dopo l'offerta di Marconi, Young fondava la Radio Corporation of America (RCA), il cui statuto prevedeva che solo cittadini americani potessero dirigerla, che non più del 20% delle azioni potesse essere in mani non americane, e che un rappresentante del governo degli Stati Uniti fosse membro a tutti gli effetti del consiglio di amministrazione della nuova società. La RCA nasceva sotto l'egida ufficiosa del governo americano; non era un monopolio *ufficiale* ma puntava a diventarlo in patria e all'estero nel nome della ragion di stato. I sacri principi della libera iniziativa erano salvaguardati; almeno formalmente nulla impediva ad altri di concorrere con la nuova nata, ma come vedremo in seguito la RCA fu lo strumento intorno al quale si realizzò la più colossale

<sup>1</sup> E. Barnouw, *History of American Broadcasting*, vol. 1, *op. cit.*

concentrazione di brevetti esclusivi che tagliava fuori dal mercato chiunque altro.

Per il momento la nuova *corporation* era un contenitore vuoto e Young si accinse rapidamente a riempirlo. Alla American Marconi fu proposto di trasferire tutti i propri beni strumentali e la propria attività commerciale alla RCA. I detentori di azioni Marconi avrebbero ricevuto in cambio azioni RCA, e la General Electric si impegnava ad acquistare le 364.826 azioni di proprietà della British Marconi. Più che una proposta d'affari era un vero e proprio *ultimatum*; ma cosa poteva fare la compagnia « rappresentante gli interessi dell'imperialismo britannico », i cui brevetti esclusivi davano fastidio a tutti gli operatori del settore radiotelegrafico?

Quasi tutte le stazioni di terra dell'American Marconi erano ancora in mano al governo degli Stati Uniti. L'atteggiamento della Marina sembrava indicare chiaramente che non le avrebbe restituite a una compagnia dominata dagli inglesi. E anche se le avesse restituite la Marconi non poteva certo illudersi di contare sulla cooperazione del governo e sulle commesse pubbliche.

D'altra parte una RCA sponsorizzata dalla Marina poteva ragionevolmente contare sull'appoggio del governo e diventare in futuro, molto più che una debole American Marconi, una potente alleata americana della British Marconi.

Il 20 novembre 1919, con l'approvazione dell'assemblea degli azionisti l'American Marconi trasferì tutti i suoi beni e operazioni commerciali alla RCA. Il 29 febbraio 1920 tutte le installazioni Marconi controllate dal governo degli Stati Uniti passarono alla RCA. Il primo di marzo l'RCA cominciava il servizio internazionale radiotelegrafico su base commerciale: tra USA e Gran Bretagna i messaggi radio costavano 17 *cents* a parola, 8 *cents* in meno che sui cavi controllati dagli inglesi. In seguito i prezzi si pareggiarono e nel 1923, quando RCA era già lanciata nell'avventura del *broadcasting*, trasmettere una parola su cavo o via etere costava 23 *cents*, ma in quel momento d'esordio l'operazione aveva un chiaro sapore di *dumping* antibritannico.

Per le modalità stesse della sua origine e per i criteri che la ispiravano, questa creatura General Electric che operava con i mezzi tecnici e commerciali di un'altra compagnia (ap-

punto la Marconi americana) si trovò sin dalla nascita a controllare il servizio radiotelegrafico negli Stati Uniti. Tuttavia l'arsenale tecnologico di cui disponeva RCA era limitato ai brevetti controllati da GE e American Marconi. Lo stallo dei brevetti relativi alla valvola termoionica che aveva visto fronteggiarsi in un impossibile duello Marconi e AT & T con Armstrong e De Forest a far da comprimari, veniva automaticamente a trasferirsi sulle spalle della nuova nata, erede più o meno imposta della Marconi americana. Il dominio sulla radiotelegrafia, garantito dagli impianti Marconi e dall'alternatore Alexanderson, non poteva dirsi sicuro fintantoché altri (AT & T sopra tutti) disponevano di tecnologie potenzialmente concorrenti. E non bastava; altri avversari erano in agguato. La United Fruit, che abbiamo visto prima cliente di Fessenden, aveva continuato gli esperimenti e disponeva di brevetti sui rivelatori a cristalli e su un tipo di antenna circolare molto efficiente. Ma soprattutto la Westinghouse, da sempre rivale della GE nell'industria elettrica, che preoccupata dall'evolversi degli avvenimenti e dal ruolo dominante che la GE, attraverso RCA, si avviava ad assumere, aveva acquistato in blocco nel 1919 l'unico pacchetto di brevetti ancora disponibili sul mercato, quello cioè controllato dagli eredi di Reginald Fessenden, e nel 1920 aveva convinto Edwin Armstrong a cederle i diritti di sfruttamento industriale dei suoi brevetti relativi al *circuito feedback* e *supereterodina* che miglioravano enormemente le caratteristiche dell'*audion* come amplificatore.<sup>1</sup>

C'erano insomma in quel fatidico 1920 tutte le condizioni per ravvivare quella guerra dei brevetti che aveva costretto il governo USA a intervenire. Ma la situazione, formalmente simile, era qualitativamente diversa. Questa volta i potenziali litiganti erano tutti americani; l'apparato statale americano aveva tutto l'interesse a chiudere quel capitolo scabroso e l'idea-forza che stava sotto la fondazione di RCA non era soltanto commerciale, ma, come abbiamo detto, perseguiva il fine di un dominio americano sulle comunicazioni mondiali, un obiettivo ricco di implicazioni politiche. Questo obiettivo imponeva una strategia cooperativa fra le azien-

<sup>1</sup> Anche Armstrong, come prima De Forest, si riservò il diritto di vendere i suoi apparecchi e circuiti ai radioamatori.

de americane per fronteggiare i potenziali concorrenti di altri paesi. Nel giro di pochi mesi RCA e la sua matrigna GE trovarono l'accordo con AT & T e la sua consociata Western Electric che, in cambio di una cospicua presenza nel Consiglio di Amministrazione RCA, mettevano a disposizione i brevetti da loro controllati. Con questo accordo ciascuna compagnia poteva utilizzare i brevetti delle altre; le aree di interesse di ciascuna furono rapidamente delimitate. Sistemate le faccende interne Young mosse alla conquista del mondo. Inglese, tedesco, francese avevano già ottenuto concessioni in Sud America; Young giocò sulle rivalità e ripropose la sua teoria cooperativa con una variante essenziale. Fu formato un consorzio multinazionale a capo del quale (e qui sta la variante) fu posto un cittadino americano con diritto di veto. Era una estensione, come lo stesso Young ebbe a dire, al campo commerciale della dottrina *Monroe*, per cui il Sud America fisicamente legato agli Stati Uniti doveva essere considerato territorio strategicamente protetto. Naturalmente era una mossa che dava agli Stati Uniti, e alla RCA direttamente, il controllo assoluto del sub-continente americano.

Le compagnie associate cominciarono a costruire stazioni radiotelegrafiche sempre più potenti; alternatori da 200.000 watts furono installati in California e alle Hawaii per servire l'area del Pacifico; Young avviò negoziati diretti con la Cina. Il grande pubblico era a malapena cosciente dell'esistenza di RCA, ma il nuovo gigante continuò ad espandersi. Young non aveva in mente la radio, ma tra i funzionari della società provenienti dalla Marconi americana, c'era un direttore commerciale, David Sarnoff, che aveva nel cassetto un progetto già respinto nel 1915. Il suo momento stava finalmente per arrivare.

L'unico gigante, fra quelli che avevano sviluppato tecnologia *wireless* durante la guerra, rimasto fuori dalla RCA era la *Westinghouse Electric and Manufacturing Company*, a cui la nuova combinazione industriale chiudeva il mercato radiotelegrafico. Ma per quello strano connubio fra ricerca industriale, pianificazione organizzata, e genialità imprenditiva individuale che caratterizza la radio delle origini, come la RCA aveva in Sarnoff il suo ignorato *atout*, così la Westinghouse aveva fra i suoi tecnici un curioso personag-

gio, un radioamatore di nome Frank Conrad, che dal garage di casa sua trasmetteva regolarmente musica per il beneficio di pochi altri dilettanti della zona di Pittsburgh.

Per una serie di coincidenze assolutamente fortuite questa sua seconda attività venne a conoscenza degli alti vertici della società che al tempo stavano studiando come aggirare il monopolio radiotelegrafico di fatto arroccato intorno alla RCA.

Fu chiesto a Conrad di installare un trasmettitore sul tetto della fabbrica e di cominciare trasmissioni regolari con l'obiettivo di fare pubblicità alla Westinghouse e incrementare la vendita di ricevitori. Il 16 ottobre 1920 la Westinghouse chiese e ottenne dal ministero del Commercio una licenza di trasmissione speciale per il servizio *broadcast*, e un canale pulito, a 360 metri, lontano dalle interferenze degli *amateurs*.

La stazione fu chiamata *KDKA* (allora le stazioni ricevevano una sigla insieme alla licenza, corrispondente alle lettere di chiamata in codice Morse) e il 3 novembre 1920 iniziò a trasmettere regolarmente tutte le sere dalle 20 alle 24. La prima trasmissione, i risultati delle elezioni presidenziali, fu un successo e la Westinghouse cominciò a propagandare su scala nazionale i propri ricevitori. L'impatto fu immediato e travolgente, come se altro il pubblico non avesse atteso per mettersi in fila nei grandi magazzini che vendevano radioricevitori. I radioamatori cominciarono a costruire apparecchi riceventi per amici e parenti; alcuni aprirono negozi e si diedero al commercio. Grazie al caso e ai brevetti Armstrong-Pupin la Westinghouse aveva evitato la strozzatura dei giganti e aveva scoperto un nuovo insospettato mercato.

Contemporaneamente a New York David Sarnoff aveva finalmente avuto il permesso e i finanziamenti necessari per realizzare un modello della sua *Radio Music Box*. Il successo di *KDKA* convinse RCA che l'idea di Sarnoff poteva essere giusta. Le sue previsioni indicavano in 75 milioni di dollari nei primi tre anni la cifra minima ricavabile dalla vendita di apparecchi riceventi<sup>1</sup>; sembrava troppo, ma vale-

<sup>1</sup> In effetti tra il 1922 e il 1924 le vendite di apparecchi radio RCA superarono la cifra globale di 80 milioni di dollari.

va la pena di rischiare. Parallelamente alla messa a punto di un ricevitore bisognava pensare a una stazione trasmittente che svolgesse lo stesso ruolo promozionale di KDKA. Nacque così WJY-New York che il 2 luglio dello stesso anno trasmise in diretta l'incontro di pugilato Dempsey-Carpentier per il titolo mondiale dei massimi; si dice che più di trecentomila persone, attraverso altoparlanti posti nei bar, nei grandi magazzini, nei luoghi di ritrovo, ascoltarono quella storica trasmissione.

I giganti decisero di accordarsi. Alla Westinghouse fu offerto di entrare nel cartello RCA con le altre compagnie. Anche la United Fruit fu della partita. Nell'estate del 1921 l'impero dei brevetti incrociati prese forma definitiva.

Ognuno dei partner era rappresentato nel Consiglio di Amministrazione RCA e possedeva azioni di questa compagnia. La ripartizione era la seguente:

	comuni	privilegiate	totale	percent.
GE	2.364.826	620.800	2.985.626	30,1%
Westingh.	1.000.000	1.000.000	2.000.000	20,6%
A T & T	500.000	500.000	1.000.000	10,3%
Un. Fruit	200.000	200.000	400.000	4,1%
Altri	1.667.174	1.635.174	3.302.348	34,9%
Totale	5.732.000	3.955.974	9.687.974	100 %

Da: Archer, *Big Business and Radio*, op. cit. p. 8.

Naturalmente ogni compagnia poteva utilizzare i brevetti delle altre senza più incorrere nei rischi di usurpazione. Il *pool* controllava complessivamente più di duemila brevetti. Nato per la radiotelegrafia il *cartello* Young si trovava quasi per caso in un altro impreveduto settore. Anche negli Stati Uniti l'avventura della radio poteva finalmente cominciare.

## Capitolo IV

### Il modello inglese

Negli anni che seguirono la *grande guerra* anche in Gran Bretagna prese corpo una industria della radio, originariamente legata alle commesse belliche e quindi sostenuta dall'espansione dei radioamatori. Uscita dalla guerra con un potenziale tecnologico elevatissimo, e privata della funzione trainante delle commesse, l'industria aveva un obiettivo limitato ma preciso: vendere apparecchi ricevitori. Per questo era necessario un mercato di massa, decine di migliaia di acquirenti che sostituissero quantitativamente la *domanda* militare. Ma per avere un mercato di massa era necessario che la radio uscisse dalle secche di un fenomeno amatoriale diffuso ma sostanzialmente minuscolo. L'industria, e i radioamatori, avevano bisogno di parametri chiari: quali erano le lunghezze d'onda disponibili e quali le potenze di trasmissione consentite.

Dall'altra parte il governo aveva obiettivi altrettanto chiari: che le esigenze militari fossero rispettate, che si evitasse il caos nell'etere caratteristico degli Stati Uniti, che il Post Office (e lo stato tramite esso) fossero economicamente garantiti, e che i contenuti trasmessi non fossero lesivi del comune senso del pudore...

Sebbene la storia riconosca ufficialmente a KDKA Pittsburgh il primo servizio radiofonico regolare, questo primato spetta invece alla stazione Marconi di Chelmsford, in Cornovaglia, che, ottenuta una autorizzazione temporanea dal Post Office nel 1919, trasmise musica, discorsi e qualche notizia per due ore e mezzo al giorno nell'arco di quindici giorni a partire dal 23 febbraio 1920, qualche mese prima della stazione Westinghouse a Pittsburgh.



Queste prime trasmissioni suscitavano notevole interesse. Il "Daily Mail", quotidiano popolare londinese, decise di sponsorizzare un concerto speciale per dimostrare le potenzialità del nuovo mezzo. Il 20 giugno 1920, Nellie Melba, una delle più prestigiose cantanti liriche dell'epoca, cantò ai microfoni di Chelmsford con enorme successo, naturalmente limitato agli appassionati della radio e al nucleo di selezionatissimi invitati che presenziarono al *recital*.

Tuttavia l'atteggiamento ufficiale nei confronti del nuovo mezzo restava caratterizzato da un misto di diffidenza e di accesa avversione. L'idea dominante, quella propagandata dai giornali che ancora non vedevano nella radio una nemica potenziale e anzi ne sostenevano lo sviluppo, era che la radio dovesse diventare strumento di *entertainment*, integrazione o sostituto del teatro leggero, del *variété*, o nella migliore delle ipotesi mezzo di diffusione della musica *tout court*, compresa quella *seria* naturalmente. Proprio quest'idea dell'intrattenimento radiofonico era la meno adatta a convincere le austere menti dei responsabili governativi, ben lontane dall'ammettere le esigenze dello spettacolo popolare che attraverso il cinema e gli stessi giornali popolari andava prendendo piede in tutto il mondo occidentale.

L'autorizzazione temporanea rilasciata a Chelmsford nel 1919 fu ritirata nello stesso mese in cui KDKA avviava le trasmissioni. Ma la radio, volente o nolente, era ormai in cammino.

Si moltiplicavano i club di radioamatori; alla fine del 1921 sessanta club diedero vita alla *Radio Society of Great Britain*, e le richieste di autorizzazione a trasmettere divennero sempre meno episodiche. I club e la loro associazione nazionale chiedevano che fossero concesse licenze per sperimentare un mezzo che, nonostante l'evoluzione in tempo di guerra, era ben lungi dall'aver completato il suo sviluppo tecnologico. Il Post Office si venne presto a trovare al centro di un fuoco incrociato proveniente da tre direzioni: i radioamatori organizzati e la loro esigenza di sperimentazione; il pubblico che, attraverso le campagne stampa, cominciava a essere sempre più incuriosito e interessato ad ascoltare; l'industria infine, soprattutto quella radiotelegrafica e i produttori di materiali elettrici, che chiedevano si aprisse un

nuovo mercato per sfogare la capacità produttiva sviluppata durante la guerra.

La British Marconi Company, come sempre in primo piano, ottenne di nuovo l'autorizzazione a trasmettere nel gennaio del 1922, sotto la condizione di interrompere la diffusione *broadcast* per tre minuti ogni dieci affinché un addetto del Post Office potesse verificare se si davano interferenze con le trasmissioni radiotelegrafiche ufficiali. Naturalmente non si diedero mai interferenze e pochi anni dopo, come ricorda un cronista dell'epoca<sup>1</sup> « furono alcuni parlamentari a chiedere al Post Office di imporre il silenzio radio alle navi sottocosta per non interferire con le trasmissioni broadcast... ». L'artificio dà una idea abbastanza chiara della riluttanza governativa a concedere licenze di trasmissione radio.

Tuttavia il fenomeno era inarrestabile. Nacquero una dopo l'altra 2 MT a Writtle, 2 LO a Londra (entrambe stazioni Marconi); quindi 2 ZY a Manchester e a Slough (entrambe stazioni Metropolitan Vickers), 5 IT a Birmingham (stazione Western Electric Co.), per non citare che le maggiori. I programmi erano eguali per tutte: qualche notizia, musica popolare, concerti. Solo la stazione di Writtle si distingueva per le funamboliche *performances* di P.P. Eckersley, un ingegnere fantasista e capitano dell'esercito che introdusse sin dal 1922 elementi di radiodramma, *melanges* rumoriste, utilizzando la radio per le sue potenzialità espressive di allora.

Nel giro di pochi mesi fu chiaro che l'espansione della radio come mezzo di comunicazione *broadcast* poteva difficilmente essere frenato. Il Post Office, a questo punto, cominciò a studiare seriamente quale *forma* organizzativa e istituzionale convenisse dare al nuovo mezzo per garantirne lo sviluppo ordinato nei limiti di un controllo statale persistente.

Alcuni commentatori sostengono che sarebbe errato motivare le origini dei monopoli radiofonici pubblici con il desiderio degli stati e dei governi di mantenere sotto controllo un mezzo così « importante di informazione, propaganda e educazione delle masse. ... Le ragioni che hanno portato al-

<sup>1</sup> G.E.C. Wedlake, *SOS, The Story of Radio Communication*, David & Charles Newton Abbott, 1973.

la nascita degli enti di stato furono essenzialmente economiche, e solo in seconda istanza ideologico-politiche ».<sup>1</sup>

L'intervento dello stato, in altre parole, avrebbe avuto in Europa la funzione sostanzialmente subalterna di garantire, attraverso la riscossione di canoni di abbonamento, il finanziamento delle compagnie radiofoniche nazionali; finanziamento che non avrebbe potuto darsi altrimenti in assenza di un mercato pubblicitario sufficientemente vasto, come invece era il caso degli Stati Uniti.

Benché questa interpretazione contenga molti elementi di verità ci pare tuttavia limitativa, almeno rispetto alle origini del primo monopolio pubblico, dovuto, come vedremo, a un gioco di forze e di motivazioni diverse da quelle prese in considerazione dai commentatori di cui sopra. In Gran Bretagna, come abbiamo visto, il controllo statale sulle comunicazioni era ormai tradizione consolidata quando la radio moderna si presentò sulla scena. Esso si era esercitato sul telegrafo elettrico prima e poi sul *wireless*, anche in assenza di strumenti legislativi specifici, perché a questo spingevano le necessità politico-militari dell'impero.

La questione del finanziamento pubblicitario diretto o indiretto per la radio fu più volte affrontata (e di fatto mai eliminata fino alla sua ufficiale consacrazione con la nascita della rete televisiva commerciale nel 1954) e fu scartata non solo in base a considerazioni economiche (la ristrettezza del mercato, la pressione delle *lobbies* dei giornali preoccupati dalla concorrenza) ma soprattutto in base a considerazioni etiche-politiche che affondano le loro origini in quella *cultural democracy*, intrisa di elementi religiosi e di socialismo umanitario, che è una costante della cultura dominante inglese da « Matthew Arnold al Rapporto Pilkington sul Broadcasting nel 1960 »,<sup>2</sup> e che ebbe in John Reith, primo direttore della BBC, uno dei suoi campioni più certi. Nel 1924 Reith scriveva:

... Gran parte delle cose buone che ci sono al mondo sono mal distribuite e la maggioranza della gente deve farne a meno. La radio è una cosa buona, e deve essere condivisa da tutti... La stessa musica suona

<sup>1</sup> Francesco Siliato/index, *L'antenna dei padroni*, Mazzotta Editore, Milano 1977, p. 143.

<sup>2</sup> Anthony Smith, *British Broadcasting*, David & Charles, London 1974, p. 15.

altrettanto dolcemente in una villa e in un appartamento. Non fa differenza di persone. [E ancora] ... senza monopolio non avremmo potuto fare quello che abbiamo fatto. Se l'etere fosse stato svenduto al denaro e al suo potere; se non ci fosse stata responsabilità etica e intellettuale; se interessi diversi da quelli pubblici avessero preso il sopravvento, la BBC non sarebbe mai divenuta quella che è. Ciò è stato possibile grazie alla combinazione di vari fattori: l'idea di un servizio pubblico, un senso di dovere morale, il finanziamento assicurato, e la forza bruta del monopolio.<sup>1</sup>

E ancora, nel 1952, in un discorso alla Camera dei Lords durante la discussione sul progetto del Governo Conservatore per introdurre una rete televisiva interamente finanziata dalla pubblicità:

Qualcuno ha introdotto il Cristianesimo in Inghilterra, e qualcuno ha introdotto il vaiolo, la peste bubbonica e la Morte Nera. Adesso qualcuno ha intenzione di introdurre la pubblicità televisiva..<sup>2</sup>

In un primo momento l'ipotesi del monopolio non incontrava molti favori. Tuttavia, data la limitatezza di canali disponibili, il Post Office si sarebbe presto trovato nella delicata situazione di dover privilegiare comunque le grandi compagnie che facevano richiesta di licenze, nei confronti delle piccole, costituendo così un precedente pericoloso nei rapporti fra pubblico e privato.

D'altra parte al Post Office premeva mantenere il controllo sul settore, come dimostra l'andamento della prima Conferenza convocata dal Post Master General nell'aprile del 1922, cui furono invitati i rappresentanti delle compagnie industriali, quelli delle forze armate, del ministero del Commercio e di quello delle Colonie. In quell'occasione il ministro delle Poste lanciò la proposta di formare una compagnia comprendente le principali aziende industriali del settore, che avrebbe gestito, sotto il controllo del Post Office stesso, il servizio radiofonico nazionale in regime di monopolio. Il 16 maggio del 1922 i rappresentanti delle sei compagnie industriali maggiori (Marconi, British Thomson Hou-

<sup>1</sup> John Reith, *Broadcasting over Britain*, 1924, pp. 147-48, cit. in Asa Briggs, *History of British Broadcasting*, vol. 1, Oxford University Press, London 1961.

<sup>2</sup> John Reith, House of Lords, 22 maggio 1952, cit., in *Sound and Vision, The History of British Broadcasting*, vol. IV, di Asa Briggs, p. 883, Oxford University Press, London 1979.

ston, General Electric, Metropolitan Vickers, Radio Communication Co., Western Electric) e di dodici compagnie minori si incontrarono fra loro nella sede del ministero delle Poste per definire una risposta comune e uno schema operativo accettabile per tutti.

Durante questa riunione, l'atteggiamento della British Marconi chiarì senza ombra di dubbio che a prescindere dalle proposte del Post Office, dai desideri delle *companies* e dai piani più o meno dichiarati del governo, alternative alla concentrazione monopolistica del servizio radiofonico non ne esistevano affatto. Attraverso la voce del suo direttore Godfrey Isaacs, la Marconi comunicò alle altre compagnie di essere favorevole alla proposta del Post Office di concentrare in una sola compagnia a partecipazione privata sotto la guida del Post Office stesso l'esercizio del *broadcasting* in Gran Bretagna. A scanso di equivoci, Isaacs si premurò di far sapere inoltre che:

a) la Marconi deteneva il maggior numero di brevetti sia nel settore dei ricevitori sia nel settore dei trasmettitori;

b) costruire trasmettitori o ricevitori senza usurpare uno di quei brevetti era praticamente impossibile;

c) la Marconi non avrebbe permesso a nessuno di utilizzare apparecchiature ricetrasmettenti derivate da brevetti in suo possesso.

Tra i fattori che questo primo monopolio hanno ispirato non si può quindi escludere questo, che nulla ha a che vedere con le mene della stampa, con la ristrettezza della base pubblicitaria e tantomeno con il moralismo vittoriano imperante negli ambienti governativi, ma che sta tutto dentro la tradizione di una politica industriale e commerciale monopolistica esercitata tendenzialmente e fattualmente da una *company* in tutti i mercati del mondo.

La Marconi americana, finanziariamente potente ma politicamente debole, proprio per la linea monopolistica che ne aveva caratterizzato le mosse dall'inizio fino alla sua estinzione nelle maglie della Radio Corporation of America, era diventata il capro espiatorio immolato sull'altare di una politica anti-britannica che dietro la facciata liberistica nascondeva la dichiarata intenzione di sostituire l'imperialismo coloniale vecchio stile con una nuova e più sottile forma di dominazione, targata USA, che alla « conquista territoriale

ha sostituito il controllo culturale dei mezzi e dei processi di comunicazione».<sup>1</sup>

La British Marconi, finanziariamente più debole ma politicamente più forte della consociata americana, contribuì invece in maniera decisiva a stabilire il monopolio pubblico sulla radio in Gran Bretagna. Quanto nella sua politica fosse dovuto alla speranza di dominare, nella sua qualità di maggiore fra le *companies* che fondarono la BBC, la scena futura di un *broadcasting* che, superate le secche iniziali, avrebbe magari potuto accettare l'opzione pubblicitaria e trasformarsi in produttore di reddito, non è dato sapere. Certo è che imponendo di fatto la scelta monopolistica la Marconi si garantiva la fetta più ampia del mercato dei trasmettitori e soprattutto dei ricevitori.

Il 18 ottobre 1922 nasceva la British Broadcasting Company. Nel suo consiglio di amministrazione sedevano i rappresentanti delle sei *companies* principali e del Post Office. Nessuno di costoro aveva niente a che vedere con le attività che presto sarebbero diventate le principali caratteristiche della radio (diffusione di notizie e di programmi di intrattenimento, culturali, educativi, ecc.). Direttore generale fu nominato un ingegnere scozzese, *John C.W. Reith*. La prima stazione BBC fu 2 LO a Londra, sita in cima alla Marconi House nello Strand. I programmi regolari ebbero inizio il 14 novembre 1922.

La stazione di Birmingham fu inaugurata il 15 novembre. Seguirono 2 ZY a Manchester, e poi via via Cardiff, Bournemouth, Newcastle, Glasgow, Aberdeen, Plymouth, Leeds, Bradford, Dundee... La copertura nazionale fu completata nel 1924 con l'apertura di una stazione di grande potenza operante sui 1500 metri (200 KHz) nella banda delle onde medie.

La Company ebbe un capitale iniziale di 100.000 sterline, sottoscritto dalle sei compagnie principali con 10.000 sterline ciascuna. Le rimanenti 40.000 sterline furono frazionate in azioni del valore di una sterlina ciascuna e messe a disposizione dei piccoli imprenditori del settore. I dividendi azionari furono fissati al 7 ½ per cento.

<sup>1</sup> Herbert I. Schiller, *Mass Communications and American Empire*, New York 1969.

La BBC Company iniziò quindi l'attività con un capitale operativo di 60.000 sterline. Gli introiti le venivano da due fonti diverse: ogni utente doveva pagare dieci scellini l'anno per la licenza di ascolto (il canone di abbonamento) rilasciata dal Post Office che ne tratteneva la metà e dava alla BBC l'altra metà; il mercato dei ricevitori domestici fu quindi sottoposto a regime protezionistico, e solo apparecchi inglesi che portavano stampigliato il marchio BBC potevano essere commercializzati; i produttori di apparecchi pagavano una *royalty* sugli apparecchi prodotti e una sugli apparecchi venduti, che andava interamente alla BBC.

Con queste due sole fonti di entrate, certamente limitate in assenza di un mercato di massa della radio, la Company non solo garantì per quattro anni il servizio radiofonico installando stazioni e ripetitori fino alla copertura del territorio nazionale, ma acquisì beni immobili per un valore di 334.778 sterline e beni liquidi sufficienti a pagare regolarmente i dividendi azionari.

Il mercato della radio cominciava a rivelarsi un buon affare; gli abbonati crescevano con progressione geometrica: 36.000 nel 1922, 1.130.000 alla fine del 1924, 2.178.000 alla fine del 1926.<sup>1</sup>

Nei primi mesi di esercizio John Reith si affannava a negare che la BBC fosse un monopolio pubblico sostenendo che i veri proprietari erano le compagnie industriali e gli altri azionisti anche se i programmi erano sottoposti a un controllo pubblico unificato gestito in prima persona da lui, e dal *Post Master General*.

Ma la nascita della Company, se aveva impostato il nuovo servizio e gli aveva garantito le condizioni per radicarsi stabilmente nella società britannica, non aveva tuttavia risolto molti aspetti di natura finanziaria, organizzativa, di controllo, alcuni dei quali, data l'inesperienza dei tutori e la giovinezza del nuovo mezzo, non potevano neppure essere formulati.

Nel 1923 il governo istituì una commissione sotto la presidenza di Sir Frederick Sykes, con l'incarico di esaminare le prospettive del *broadcasting*, inaugurando così una poli-

<sup>1</sup> Pollard, *The development of British Economy*, cit. in David S. Landes, *Prometeo liberato*, op. cit.

tica tuttora in vigore per cui il futuro del settore viene esaminato da una commissione di nomina regia prima di ogni scadenza delle convenzioni che legano gli enti radiotelevisivi e lo stato. L'ultima in ordine di tempo è stata la Commissione presieduta da Lord Annan che ha presentato il suo rapporto (oltre seicento pagine) nel 1978 dopo quattro anni di lavoro.

Lord Briggs, nella sua *History of Broadcasting in the United Kingdom*,<sup>1</sup> ha pubblicato parte di uno dei pochi documenti di lavoro della commissione Sykes, che dimostra come l'idea del monopolio e il rifiuto della pubblicità radiofonica fossero tutt'altro che indiscusse un anno dopo la nascita della BBC.

I. a) Si deve affidare il *broadcasting* a una sola organizzazione, o invece a più di una?

b) Se sarà una la distribuzione dei servizi dovrà essere messa a concorso?

...  
e) Le esigenze del pubblico saranno meglio soddisfatte da una programmazione nazionale o da una rete di stazioni regionali collegate a livello nazionale?

II. Se il *broadcasting* deve essere affidato a una unica organizzazione è meglio che questa sia un Dipartimento Governativo o invece una Compagnia operante su licenza del governo?

III. Se sarà una Compagnia autorizzata dal governo è bene che la sua attività sia sottoposta al controllo di un Comitato rappresentante interessi diversi e contrapposti? Se sì, quali saranno le funzioni di detto Comitato e in quale rapporto si porrebbe con l'Authority che rilascia le licenze? Avrebbe potere di censura e fino a che punto? Dovrebbe esercitare un controllo finanziario?

IV. Quale introito annuale può considerarsi sufficiente affinché la Company garantisca un servizio efficiente?

V. Si deve evitare il canone di ascolto e obbligare soltanto il pagamento delle *royalties* sugli apparecchi?

VI. I proventi della Compagnia è bene che derivino da:

<sup>1</sup> *Op. cit.*



- a) una quota fissa sui canoni di ascolto e, inoltre, *royalties* sugli apparecchi prodotti e venduti come ora; oppure
- b) solo una quota fissa sui canoni; oppure
- c) una quota fissa sui canoni e su altri tipi di canoni pagati dalle industrie e dai commercianti; oppure
- d) quale altra fonte? <sup>1</sup>

Le decisioni della commissione non avrebbero comunque avuto valore di legge. Questa commissione, come quelle che fino ad oggi l'hanno seguita, poteva emanare una serie di *raccomandazioni* che sarebbe poi toccato agli organi esecutivi tramutare in regolamenti e proposte di legge.

La commissione Sykes emise appunto alcune raccomandazioni, tra cui, fondamentale, quella relativa alla pubblicità. Come abbiamo visto nel documento precedente Sykes si era posto il problema delle fonti di finanziamento del servizio radio. Dietro il punto *d*) del documento riproposto da Briggs, si nascondeva evidentemente la *pubblicità*. Quale altra fonte di finanziamento, che non fosse il canone o la tassa, se non appunto la sponsorizzazione pubblicitaria, che negli Stati Uniti era presente al *broadcasting* sin dalle origini sotto forma di pubblicità diretta o indiretta? Il mondo della stampa, dopo aver inizialmente favorito lo sviluppo della radio (quando pensava di poterlo controllare installando *stazioni* direttamente possedute dai giornali...), si era rivoltato contro l'idea di finanziare la radio con la pubblicità, timoroso com'era di vedersi sottrarre consistenti quote della propria pubblicità. La commissione Sykes raccomandò caldamente che la pubblicità fosse bandita dai programmi BBC, sia per non causare problemi alla stampa, sia per non abbassare lo standard qualitativo dei programmi. Consigliò che la BBC accettasse la sponsorizzazione di qualche specifico programma, ma né la Company né la Corporation che seguì fecero mai uso di questa opzione.

Se quindi è vero, come sostengono alcuni, che « gli interessi della stampa », preoccupata di perdere pubblicità, « spinsero alla costituzione di un monopolio pubblico » <sup>2</sup> privo del

<sup>1</sup> Asa Briggs, *The Birth of Broadcasting, History of Broadcasting in United Kingdom*, vol. 1, pp. 9-10, Oxford University Press, London 1961.

<sup>2</sup> Siliato/index, *L'antenna dei padroni*, op. cit.

sostegno finanziario della pubblicità, è anche vero che la stampa si batté inizialmente *contro* il monopolio pubblico e in seguito gran parte di essa si prestò a pubblicizzare le campagne di chi si batteva contro di esso. Ed è altrettanto vero che la pubblicità fu respinta in gran parte con motivazioni di carattere etico e per preservare un elevato *standard* di programmazione in contrapposizione proprio all'esperienza americana che in quegli anni veniva precisandosi. Ciò pare a noi tanto più vero in quanto su altri punti di attrito con il mondo della stampa, come per esempio quello fondamentale della trasmissione di notizie, le pressioni dei giornali per escludere l'informazione quotidiana dalla radio con il pretesto che un monopolio pubblico non poteva garantire l'obiettività dell'informazione, non ebbero altrettanto successo.

È vero che all'inizio la BBC fu obbligata a trasmettere un solo bollettino di informazioni al giorno, dopo le sette di sera, quando tutti i giornali erano già stati, presumibilmente, venduti, e che le notizie di questo bollettino erano fornite dalle stesse agenzie che servivano i giornali,<sup>1</sup> ma è anche vero che la commissione Sykes propose una regola più flessibile e già dopo lo sciopero generale del 1926 (quando la BBC si trovò ad essere di fatto l'unica fonte di informazione del paese) e le conclusioni della Commissione Crawford,<sup>2</sup> l'ente radiofonico trasformato in *corporation* interamente pubblica poté espandere ampiamente i suoi servizi informativi. Né bisogna dimenticare che le agenzie di stampa e i giornali avevano un potente alleato nel Post Office stesso che incassava molto denaro grazie ai telegrammi della stampa e che per qualche tempo non si rese conto di quanto avrebbe potuto guadagnare in più consentendo alla BBC di espandere, con i servizi informativi, il suo pubblico di abbonati.

La stampa era particolarmente ostile a che la BBC trasmettesse risultati sportivi e *dirette* di avvenimenti signifi-

<sup>1</sup> Il bollettino delle 19.00 veniva per contratto preceduto dalla dichiarazione: «Notizie fornite da Reuter, Press Association, Exchange Telegraph and Central News». G.E.C. Wedlake, *op. cit.*

<sup>2</sup> La commissione Crawford fu istituita nel 1926. Come vedremo, dalle sue raccomandazioni nacque la British Broadcasting Corporation nella sua forma attuale.

cativi (proprio le cose che in quegli stessi anni facevano la fortuna delle emittenti americane). Se la BBC voleva trasmettere il *Derby* di Epsom, tradizionale appuntamento ippico, gli accordi con la stampa la obbligavano a trasmettere « soltanto il rumore della folla, l'ansito dei cavalli, le grida... ma non poteva descrivere la corsa in sé! ».<sup>1</sup>

Altrettanto sfavorevole alla radio era il mondo dello *show-business*, convinto che la trasmissione di programmi di intrattenimento, varietà, commedie avrebbe inciso negativamente sull'aflusso del pubblico nei teatri. Ma entrambe queste ostilità furono molto presto rimosse quando ci si accorse che la gente continuava a comprare giornali e che bastava l'apparizione al microfono di un determinato artista per riempire i teatri dove quello si esibiva. Più complessa fu la soluzione della questione relativa alla obiettività dell'informazione e, in particolare, alla trasmissione di materiali *politici*, soggetti alla cosiddetta *controversy*, vale a dire oggetti di potenziali vertenze. Questo problema non fu risolto fino al 1931, quando la BBC fu finalmente autorizzata a trasmettere propri *editoriali*. Fino ad allora ogni *controversy* era bandita, nonostante le ripetute campagne di Reith che sosteneva come nulla poteva considerarsi più obiettivo di un intervento radiofonico dove lo speaker può parlare in diretta al pubblico senza essere censurato e senza subire le obiettive manipolazioni causate dalla mediazione giornalistica sulla stampa; e nonostante che durante lo sciopero generale del 1926 la Company avesse dato prova di grande freddezza nel gestire il monopolio di fatto dell'informazione nel paese (tutti i giornali erano chiusi) proponendo una versione calibrata dei fatti, sempre intesa a promuovere una soluzione incruenta della lunghissima vertenza, che se si guadagnò gli strali polemici dei sindacati e perfino i salaci commenti dei laburisti fino a vent'anni dopo, non poté certo essere accusata di aver fatto una informazione di parte contraria agli interessi dell'*establishment*.

Nonostante alcuni problemi, quindi, con la British Broadcasting Company la radio ebbe in Gran Bretagna una espansione straordinaria. Le trasmissioni educative iniziarono già

<sup>1</sup> G.E.C. Wedlake, *op. cit.*, p. 173.

nel 1924 e furono ottimamente accolte nel mondo della scuola. Piano piano la radio cominciò ad articolare la sua programmazione; alla musica sempre dominante si affiancarono esperimenti di drammaturgia, conferenze, lezioni, molta religione. Le trasmissioni andavano in onda tutti i giorni dalle 17.00 alle 24.00. Era opinione diffusa, sulla base dell'esempio americano, che la radio avesse a essere strumento di *entertainment* popolare. Tuttavia abbiamo già detto come gli ambienti ufficiali detestassero questa tendenza e la BBC, e Reith soprattutto, ne rappresentavano bene l'impegno.

### La BBC

doveva essere indipendente dai partiti e dal Governo, doveva contribuire a edificare la nazione, educare al gusto, evitare i dettagli scabrosi... e non doveva cercare la popolarità tramite gli scandali...<sup>1</sup>

La politica della BBC [scriveva Reith nel 1924] è quella di portare il meglio di ogni cosa nel maggior numero possibile di abitazioni... se la radio fosse solo divertimento presto il pubblico si annoierebbe... Abbiamo introdotto con cautela brevi conferenze, attente volgarizzazioni di argomenti di interesse generale... dovremo sviluppare serie di conversazioni su vari temi, scegliere con cura i nostri oratori...<sup>2</sup>

Nel credo di Reith la BBC poteva e doveva diventare (ciò che in effetti diventò) uno strumento di educazione di massa, radicato nel moralismo sociale del primo quarto di secolo.

Fu così che una compagnia nata per soddisfare soprattutto le esigenze commerciali delle industrie del settore divenne una specie di monumento nazionale all'impegno culturale e all'interesse pubblico. Secondo P.P. Eckersley molte lodi sarebbero comunque a sproposito.

Nel suo libro di memorie (*The power behind the microphone*) egli scrive:

La BBC deve la sua esistenza soltanto alla scarsità di frequenze radio... se la domanda fosse stata ridotta il Post Office sarebbe stato costretto a sporcarsi le mani e a cercare acquirenti. La pubblicità non fu proibita... alla BBC fu solo imposto di non accettare denaro in cambio di sponsorizzazione. Non ho dubbi che se l'*audience* non fosse cresciuta

<sup>1</sup> C.A. Lewis, *Broadcasting from within*, 1924, cit. in A. Smith, *op. cit.*

<sup>2</sup> John Reith, *Broadcasting over Britain*, 1924, *op. cit.*

in maniera così impressionante la BBC sarebbe passata a regime commerciale. Ma la Company non ha mai avuto bisogno di denaro e forse per questo fu così schizzinosa nei confronti della pubblicità. La Company era governata da uomini di affari e agiva per conto di un dipartimento tecnico dello stato. Nacque affinché il commercio della radio potesse trar profitto dalla vendita di ricevitori... L'unico suo merito fu di scegliere una linea di programmazione che i suoi dirigenti consideravano adatta ai migliori interessi del pubblico e che non collimava necessariamente con gli interessi dei commercianti di radio. La compagnia si considerava una forza culturale, cioè un ente costituito per evitare i ricatti della volgarità. Sfortunatamente, a mio avviso, l'idea di cultura che essa pensava di incarnare era quanto mai incolta...<sup>1</sup>

La Company, nella sua composizione originale, era tuttavvia una iniziativa concordemente destinata a durare tanto quanto sarebbe servito a consolidare il nuovo mezzo.

Nel 1925 il Post Office istituì un'altra commissione sul futuro del *broadcasting*, questa volta sotto la presidenza del conte di Crawford e Balcarres, i cui lavori andarono oltre le conclusioni di Sykes, preoccupandosi di analizzare l'impatto sociale del nuovo mezzo sia rispetto al grande pubblico sia a specifici settori di attività. Crawford poté ragionevolmente respingere le tesi di chi vedeva nella radio un'arma per appiattire i gusti del pubblico e trasformare gli ascoltatori in una massa inerte e passiva; così come poté dimostrare l'infondatezza delle accuse che la stampa e lo *show-business* lanciavano periodicamente contro la radio, accusata di sottrarre pubblico. Nel 1926 le raccomandazioni di questa commissione furono rese pubbliche. Si consigliava la sostituzione della Company con una *British Broadcasting Corporation*, vale a dire un ente « chartered », dotato di uno speciale statuto, o atto istitutivo (*carta*) emanato dallo stato. Come la vecchia Company, la Corporation doveva essere guidata da un consiglio (*Board of Governors*), presieduto da un *chairman* nominato dalla Corona. La nuova BBC avrebbe dovuto comportarsi quasi come una azienda privata ma il potere finale di controllo doveva restare nelle

<sup>1</sup> P.P. Eckersley, *The power behind the microphone*, op. cit., pp. 53-54. Anthony Smith definisce Eckersley « la più grossa personalità creativa della BBC... costretta a lasciare l'ente nel 1929, perché il suo divorzio offendeva l'idea che Reith aveva del decoro » (A. Smith, *British Broadcasting*, op. cit., p. 45).

mani del *Postmaster General*. Le compagnie private che sedevano nel consiglio d'amministrazione della *BBC Company* non sarebbero più state presenti nella nuova *Corporation*. La proposta della commissione Crawford apriva la strada alla costituzione del primo completo monopolio pubblico del servizio radiofonico.

John Reith fece il resto. Convinto sostenitore di una radio di proprietà della nazione tutta, al di sopra delle parti e al di fuori di ogni intento speculativo o commerciale, riuscì a ottenere che la BBC ricevesse la sua *carta* direttamente dalla Corona, al di fuori quindi sia della legislazione commerciale esistente sia del controllo diretto del Parlamento o del Governo.

La prima *carta* fu assegnata l'1 gennaio del 1927 con scadenza decennale, e da allora in poi è stata regolarmente rinnovata senza sostanziali modifiche, se si escludono ovviamente quelle destinate a dar conto degli sviluppi tecnici della radio, della nascita e sviluppo della televisione, e delle trasformazioni istituzionali di organi collegati come il Post Office.

Il modello che la BBC incarnava era quindi quello di un monopolio pubblico, affidato a una *Corporation* indipendente e quindi istituzionalmente sottratto al controllo diretto del governo, ma non del settore pubblico. La pubblicità ne è esclusa e uniche fonti riconosciute di finanziamento sono i canoni di abbonamento e la commercializzazione dei programmi e del relativo *publishing*.

La *Corporation* è governata da un *Board of Governors* « responsabili, in base ai doveri stabiliti dal Parlamento tramite la *Carta* e il *Postmaster General*, a che i fini del *broadcasting* siano realizzati puntualmente e compiutamente... ».<sup>1</sup>

Tutto il potere esecutivo resta alla funzione del Direttore Generale che lo esercita attraverso funzionari competenti.

La *Carta* originale concedeva molto alla *Corporation*.<sup>2</sup> La BBC era autorizzata a raccogliere notizie e informazioni in

<sup>1</sup> *The Charter*, § 3, Cmd 2756.

<sup>2</sup> Anthony Smith (*British Broadcasting, op. cit.*) nota che l'atto istitutivo dell'IBA (Independent Broadcasting Authority) deputata a governare la neonata rete televisiva commerciale nel 1954 era ben più restrittivo.

tutto il mondo per diffonderle via radio; ad acquisire e esercitare il *copyright* su prodotti letterari, musicali, teatrali, discografici, da diffondere via radio e se necessario anche tramite pubblicazioni a stampa. Così cadevano ufficialmente due barriere che erano sembrate insormontabili dietro le quali si ergevano gli interessi della stampa e dello *show-business*, e la radio poteva ufficialmente sviluppare forme espressive sue proprie.

La costituzione della Corporation portava quindi un elemento d'ordine nello sviluppo fino ad allora caotico della radiofonia internazionale, a malapena padroneggiato in Gran Bretagna dalla diretta progenitrice dell'attuale BBC. Il settore privato, fino ad allora massicciamente rappresentato nel *Board* della Company rientrava negli ambiti propri dell'impresa industriale-commerciale, e cioè costruire e vendere apparecchi.

Si realizzava una separazione di ambiti molto importante. All'industria privata la produzione di apparecchi trasmettenti e riceventi; al settore pubblico la gestione del mezzo, la produzione dei programmi, in una parola il *potere*. Contemporaneamente una operazione simile si realizzava nel settore telegrafico; in quello stesso 1927 le maggiori *companies*, ancora Western Electric, Eastern Telegraph, Western Telegraph, con la Marconi Wireless Telegraph Co. in posizione dominante, venivano invitate dal Post Office a fondersi in una unica società, la *Cable & Wireless LTD*, che nel dopoguerra sarà definitivamente nazionalizzata dal governo laburista.

Con il 1927 il settore privato in Gran Bretagna esce quindi dalla scena radiofonica. Ne rimane ovviamente ai margini, come costruttore di apparecchi, e in questo settore compagnie come la British Marconi faranno ancora molta strada, diversificandosi, e sviluppando per esempio la tecnologia televisiva attraverso la *EMI, Electrical and Musical Instruments Company*, uno dei colossi multinazionali delle telecomunicazioni tuttora imperanti, ma non avranno più a che fare con la programmazione e il servizio radiofonico.

La carta istitutiva dava alla BBC i poteri e la struttura interna necessaria a intraprendere un periodo di crescita massiccia. Alla fine del 1929 gli abbonati erano saliti a quasi 3 milioni, per diventare 10 milioni e mezzo nel 1946 e 12

milioni nel 1950. Un incremento che conoscerà la prima significativa flessione solo nel 1953 contemporaneamente all'esplosione dell'*audience* televisiva che passa da 120.000 abbonati nel 1949 a 4 milioni e 500.000 nel 1955.<sup>1</sup>

Negli anni '30 la BBC cresce e insieme a lei crescono le « proteste contro il potere esasperato del suo *status* monopolistico, contro la politica culturale di Reith e il suo tentativo di far ingoiare al pubblico i suoi standard morali e culturali elevati ».<sup>2</sup>

Tuttavia le sue garanzie istituzionali, la tranquillità finanziaria, le permisero di vincere tutte le battaglie, compresa quella della seconda guerra mondiale che anzi le fece acquisire un'aura di gloria. La BBC divenne insomma « una seconda chiesa e un simbolo nazionale, una fonte di indiscussa autorità linguistica, un arbitro del gusto culturale, un impresario musicale e un incentivo alla rinascita della drammaturgia nazionale ».<sup>3</sup> Nel 1945 il suo *status* appariva inattaccabile. Tuttavia i dilemmi della commissione Sykes sul monopolio, i suoi dubbi sull'opportunità di utilizzare il finanziamento pubblicitario, la qualità e le caratteristiche operative proprie ai *governors* deputati a controllare una struttura in cui si era accumulato un potere politico e culturale senza precedenti, tutte queste domande restavano ancora aperte.

### *Verso il sistema misto*

L'obiettivo di questo capitolo era quello di illustrare le origini del modello britannico e della sua natura monopolistica e pubblica. Il processo di definizione di questo modello può dirsi concluso con la concessione della *Royal Charter* alla British Broadcasting Corporation nel 1927, mentre gli anni che seguono, fino al dopoguerra, costituiscono il periodo di assestamento e definitivo radicamento del sistema radiofonico nella società britannica. Tuttavia sarebbe scorretto sospendere qui la nostra trattazione. Negli ultimi trent'an-

<sup>1</sup> Dati tratti da Asa Briggs, *Sound and Vision*, *op. cit.*, pp. 240-41. Dopo il 1955 l'unificazione dei canoni radiofonico e televisivo rende impossibile valutare i rispettivi incrementi.

<sup>2</sup> Anthony Smith, *British Broadcasting*, *op. cit.*, pp. 62-63.

<sup>3</sup> *Ibidem*, p. 64.



ni, con la nascita e lo sviluppo della televisione, questo modello *classico* ha infatti subito una variazione fondamentale che se ha lasciato inalterata la funzione della BBC preservandone il modello, ha però inciso considerevolmente sul suo ruolo attraverso la creazione di una rete prima televisiva e poi anche radiofonica commerciale che ha trasformato il monopolio radiotelevisivo inglese in un *duopolio* concorrenziale, a sua volta divenuto *modello classico* di organizzazione radiotelevisiva.

Benché gran parte di questa evoluzione appartenga di fatto alle vicende della televisione più che alla radio, ci è quindi sembrato necessario accennare seppure brevemente alle sue caratteristiche e alle sue origini.

La *carta* che istituiva il monopolio era stata concessa in un periodo in cui i servizi della BBC riuscivano a malapena a riempire un canale radio. Nel 1945 era nato il *secondo* canale radiofonico, inteso a fornire una programmazione più leggera; e nel 1946 era nato il *terzo* canale radio, inteso a fornire una programmazione decisamente più seria e culturale, a diffondere la musica colta, e l'educazione. Nel 1950 la BBC operava su tre canali radio:

*Home*, il primo canale, quello della tradizione, erede delle ipotesi di Reith;

*Light*, il secondo canale, dedicato a programmi meno seri, più divertenti e giocosi, alla musica da ballo, alla commedia radiofonica;

*Third*, il terzo canale, culla e piacere dell'intelligenza con le sue raffinate conferenze, la musica dotta, la miglior lingua parlata d'Inghilterra;

e un canale televisivo. E con la nascita della televisione cominciarono a farsi sentire sempre più pressanti le esigenze della privatizzazione, della rottura del monopolio, della pubblicità televisiva.

Il modello BBC, costituito negli anni '20, consolidato negli anni '30 e '40, continua tuttora. Ma superata la fase dell'austerità post-bellica l'Inghilterra iniziò un periodo di fortissima espansione economica e di abbondanza basate sui consumi di massa cui una televisione commerciale, autorizzata cioè a trasmettere pubblicità, poteva offrire un eccellen-

te supporto. Dopo un dibattito molto acceso durato vari anni il Governo Conservatore decideva nel 1954 di varare una rete televisiva commerciale.

Fu istituita una speciale Authority, la Independent Television Authority, dipendente dal ministero delle Poste, organo pubblico con l'incarico di installare gli impianti di trasmissione della nuova rete, di procedere alla scelta delle compagnie private che avrebbero prodotto i programmi, e di controllare tanto gli standard qualitativi della programmazione, quanto la pubblicità trasmessa.

Lo statuto, che non è una *Royal Charter* come per la BBC, cercò di prendere tutte le precauzioni acciocché il nefasto esempio della radiotelevisione americana non fosse ripetibile in Gran Bretagna: pose limiti all'acquisto di programmi dall'estero, e impose minimi di programmazione a produzione autonoma; obbligò a standard tecnici elevatissimi, e cercò di sottrarre alle agenzie di pubblicità il controllo sul contenuto dei programmi.

La Gran Bretagna è stata divisa in quattordici regioni amministrative, servite ciascuna da una compagnia televisiva commerciale, tranne l'area di Londra, la più estesa, popolata e ricca, che viene coperta da due compagnie, una per i giorni feriali e una per il fine settimana. Le quattro compagnie più forti hanno quindi costituito, insieme a una quinta compagnia formata dalle precedenti e che fornisce tutti i servizi informativi, un *network*. Spetta a loro cioè produrre la maggior quota di programmi che vengono diffusi sulla rete nazionale, mentre le altre compagnie curano la produzione in ambito locale. La rete è interamente finanziata dalla pubblicità; il pubblico non paga canoni e le compagnie finanziano l'Authority attraverso una tassa molto forte (il 66% circa dei profitti) che versano all'erario. Nel 1973, per dare ordine al fenomeno delle radio-pirata che aveva cominciato a prendere piede negli anni '60, l'ITA fu trasformato in IBA, Independent Broadcasting Authority, che ha assunto il controllo delle radio commerciali operanti in varie città inglesi.

Come abbiamo detto l'avvio delle reti commerciali private non è stato indolore. Ancora nel 1960 la Commissione Pilkington sul futuro del *broadcasting* espresse pesanti critiche alla politica culturale della rete televisiva commerciale

e in quella occasione fu concesso alla BBC un secondo canale televisivo che venne invece negato alla rete commerciale. Anche le conclusioni dell'ultima commissione, quella diretta da Lord Annan, pur lodando i progressi qualitativi compiuti dal settore commerciale, appaiono fortemente dubbiose circa i benefici della *concorrenza*. In quella occasione si è molto insistito perché il quarto canale televisivo, richiesto dalla IBA, fosse invece assegnato a una Authority di nuova costituzione, la Open Broadcasting Authority, incaricata di avviare una sperimentazione decentrata verso un nuovo modo di fare televisione lontano tanto dal centralismo della BBC quanto dalla commercializzazione delle private. Ma tant'è, il nuovo governo conservatore, eletto nel maggio del 1979, ha immediatamente concesso il quarto canale all'IBA e l'equilibrio fra settore pubblico e privato, che aveva già cominciato a scricchiolare nei primi anni '70 sotto la spinta dei giganteschi profitti realizzati dalle compagnie commerciali e di una concorrenza sempre più spietata che spinge la qualità verso il basso, ha ricevuto un ulteriore spostamento in favore del settore privato.

Dal 1960 in poi la palla è comunque passata decisamente alla televisione e questa materia esula dalla nostra trattazione. Le radio hanno continuato a espandersi. Oggi la BBC opera su quattro canali nazionali e venti stazioni locali alle quali ne sono state aggiunte altre venti che entreranno in funzione entro il 1981. L'IBA non opera su una rete radiofonica nazionale ma può contare su quaranta stazioni (venti di nuova costituzione) locali molto potenti dislocate in tutto il Regno Unito.

## Capitolo V

### Il modello americano

Abbiamo lasciato gli Stati Uniti nel 1921 con la nascita di KDKA e l'ingresso della Westinghouse nel cartello Young e quindi nella Radio Corporation of America.

È difficile raccontare cosa accade in USA da quel momento in poi. La situazione è molto meno netta che in Gran Bretagna, dove abbiamo visto in gioco un numero limitato e definito di variabili dai comportamenti abbastanza prevedibili e comunque rintracciabili agevolmente.

Negli Stati Uniti la situazione è molto diversa: l'enorme estensione territoriale, la diffusione del benessere, la propensione all'investimento e all'avventura commerciale, il numero incredibile di operatori, sono tutti fattori di sfondo che moltiplicano a dismisura il numero e la qualità dei protagonisti dell'avventura radiofonica, le cui mosse appaiono spesso indecifrabili e difficilmente inseribili in un quadro descrittivo organico.

In Gran Bretagna il dopoguerra lascia una situazione chiara: da una parte le industrie e i radioamatori, dall'altra un governo deciso a imporre uno sviluppo ordinato al nuovo mezzo.

Negli Stati Uniti, anche se i protagonisti di massima sono raggruppabili nelle stesse categorie (industria-radioamatori-governo), essi si muovono spesso in modo bizzarro, a volte insieme, a volte uno contro l'altro, a volte ancora in modo diverso. Il travolgente successo della diretta Dempsey-Carpentier, realizzata da Sarnoff con la stazione WJZ Newark, scatenò l'interesse per la radio a livello di massa. Fra ottobre e dicembre furono autorizzate a trasmettere 21 nuove stazioni; fra gennaio e marzo del 1922 altre 67 entrarono in

scena; fra aprile e maggio se ne aggiunsero 187. Nel marzo del 1921 i radiorecettori presenti in tutti gli Stati Uniti non superavano il numero di cinquantamila; un anno dopo erano diventati settecentocinquantamila.

Le stazioni potevano proliferare senza controllo alcuno perché, come si ricorderà, in base al Radio Act del 1912, il ministro del Commercio non poteva negare la licenza a nessuno che fosse cittadino americano.

Mentre in Gran Bretagna la *scarsità* di frequenze disponibili fu una delle ragioni che spinsero alla creazione di un monopolio delegato prima a una compagnia sostanzialmente privata, quindi a una *corporation* interamente pubblica, alla fine del 1924 negli Stati Uniti c'erano oltre millequattrocento stazioni debitamente autorizzate a trasmettere. Non tutte erano *company oriented*, anzi per la verità ben poche erano espressione di interessi corporati industriali o commerciali di una certa consistenza.

G.E.C. Wedlake<sup>1</sup> distingue diversi gruppi fra quelli che fecero richiesta di una licenza e installarono o acquistarono stazioni *broadcast*:

a) istituzioni educative, università soprattutto, che nel nuovo mezzo vedevano un'occasione straordinaria per diffondere l'educazione, per propagandare il proprio nome, per sperimentare innovazioni tecniche messe a punto nei propri laboratori;

b) i grandi magazzini e le catene di negozi che puntavano a utilizzare la radio come strumento di pubblicità diretta del proprio marchio;

c) giornali che egualmente puntavano a farsi pubblicità e a impedire che altri, specie nelle città di provincia, iniziassero una attività potenzialmente concorrente;

d) le *corporations*, le grandi aziende industriali, che puntavano ad allargare il controllo sulle stazioni radio come strumenti di pubblicità diretta e di promozione dei loro prodotti;

e) infine il gruppo più strambo di tutti, quello cioè composto da singoli facoltosi individui che trasmettevano spinti da motivazioni edonistiche o genericamente umanitarie.

Queste stazioni impiegavano trasmettitori di potenza ge-

<sup>1</sup> G.E.C. Wedlake, *SOS, History of radio communication, op. cit.*

neralmente limitata (da 10 a 500 watt) e operavano tutte sulle uniche due frequenze autorizzate: 833,3 KHz (360 m) per le notizie, i programmi di intrattenimento, ecc.; 618,3 KHz (485 m) per gli annunci ufficiali e le previsioni del tempo. Accadeva spesso che due o più stazioni installate nella stessa area geografica fossero costrette a venire a patti e a suddividersi il tempo di occupazione della frequenza. Molte stazioni non riuscivano così a trasmettere senza interferenze, altre non avevano abbastanza materiale da mandare in onda, altre ancora ne avevano troppo e non riuscivano a esaurirlo tutto. C'era poi il problema delle stazioni più potenti che venivano ascoltate in un'area molto più vasta dell'ambito locale in cui erano collocate. Erano queste, spesso, le stazioni più ricche, quelle che si davano una parvenza di programmazione articolata e che il pubblico amava ascoltare. Per queste stazioni fu addirittura inventato un artificio, il cosiddetto *silent night time*, un periodo di tempo in cui tutte le stazioni locali di una determinata zona sospendevano le trasmissioni per non disturbare la ricezione (e per non esserne disturbate) delle stazioni potenti che trasmettevano da Chicago, New York e altre grandi città. Con lo sviluppo della concorrenza aumentavano i costi; di conseguenza molte stazioni avevano vita brevissima, talune di pochi giorni addirittura, sicché la disparità fra il numero di stazioni autorizzate con regolare licenza e quelle effettivamente operanti raggiunse livelli considerevoli.

Gran parte delle attrezzature erano ancora relativamente rudimentali, assemblate per lo più da radioamatori locali che le mettevano assieme utilizzando componenti brevettate prodotte dalla AT & T (trasmettitori), dalla GE e Westinghouse (ricevitori) o acquistate direttamente da Forest e Armstrong.

Nell'ambito del dominante cartello Young le compagnie si erano accuratamente divise le rispettive zone di intervento:

- General Electric e Westinghouse, producevano componenti e ricevitori complete;
- Radio Corporation of America, ne curava la commercializzazione con il suo marchio e gestiva le comunicazioni internazionali radiotelegrafiche. Queste tre compagnie insieme costituivano il cosiddetto *Radio Group*, che all'interno del cartello curava in particolare il settore radiofonico;

– American Telephone & Telegraph, con la sua consociata Western Electric costruiva e commercializzava direttamente i trasmettitori e aveva sovranità assoluta sul settore telefonico e le comunicazioni via filo.

Da questa ripartizione erano escluse le commesse pubbliche che ciascuna compagnia era autorizzata a soddisfare a titolo individuale, utilizzando il *pool* dei brevetti, a prescindere dal settore di appartenenza.

Tutto insomma era stato congegnato per una equa divisione del controllo monopolistico realizzato attraverso l'accoppiata brevetti-mercato, invece che tramite un intervento dello stato. L'unico neo in un quadro sostanzialmente privo di problemi era costituito dai radioamatori. Come si ricorderà, tanto De Forest che Armstrong, nel cedere i propri brevetti all'uno o all'altro dei giganti, si erano riservati il diritto di vendere direttamente i propri apparecchi ai radioamatori. Questa norma, unita al fatto che il commercio dei componenti brevettati era pur libero e ciascuno poteva acquistare valvole RCA e intorno ad esse costruire un ricevitore, fece maturare una situazione impreveduta dal cartello e gravida di minacce per il suo monopolio di fatto.

In effetti quando i complicati protocolli fra *corporations* furono siglati nel 1920/21 per favorire lo sviluppo dell'impero radiotelegrafico americano, nessuno dei contraenti aveva in mente la *radio*. Ma dopo il successo di KDKA e di WZY, e la proliferazione a fungo delle stazioni trasmettenti, il quadro cambiava radicalmente. Quelle stesse componenti la cui vendita costituiva una fetta cospicua degli introiti del cartello venivano ormai usate per trasmettere e per ricevere, entrando in concorrenza sia sul mercato dei ricevitori e trasmettitori sia su quello ancora potenziale ma ormai, e finalmente, individuato del *broadcasting per se*.

Le preoccupazioni del governo per il caos che stava invadendo l'etere americano assumendo proporzioni allarmanti, si sposarono (ancora una volta!) con le preoccupazioni delle *corporations*, timorose di lasciarsi sfuggire, dopo tante complesse manovre, il nuovo mercato.

A partire dal 1922 i tre protagonisti fondamentali che avrebbero concorso alla formazione definitiva dell'assetto radio e poi televisivo americano e delle sue peculiari caratteristiche, erano in movimento.

Da una parte i radioamatori, e in questa schiera vanno compresi sia i radioamatori propriamente detti (che ascoltavano e trasmettevano per diletto o puro interesse scientifico), sia coloro che si dedicarono ad assemblare e vendere apparecchi riceventi e trasmettenti, sia infine le stazioni trasmettenti a bassa potenza legate a individui, scuole, università, chiese, grandi magazzini, giornali. La legge, emanata quando ancora nessuno poteva prevedere cosa sarebbe stata la *radio*, proteggeva i loro interessi ed essi continuavano a espandersi.

Dall'altra le *corporations* giganti e il loro cartello, l'alleanza sui brevetti, e il sostanziale controllo del mercato, basato su un accordo complesso che se prevedeva il dominio congiunto delle comunicazioni americane e internazionali, non aveva preso in considerazione la *radio* quale ormai veniva sviluppandosi. Un aspetto, quest'ultimo, che fu causa di liti decisive in seno al cartello. In mezzo il governo, lo stato, gli organi legislativi, e in particolare il ministero del Commercio e il suo responsabile Hoover (in seguito eletto presidente degli Stati Uniti), stretti fra la pressione costante del *cartello* (nato con la benedizione dello stato, dopo tutto...) per una legislazione restrittiva e sostanzialmente monopolistica, che concordava con le preoccupazioni dei sostenitori del ruolo strategico delle comunicazioni radio, e la pressione altrettanto costante e forse persino più vivace di chi sosteneva la vocazione liberistica degli Stati Uniti, confortata dalla legislazione anti-trust.

Corollario alle azioni di questi tre protagonisti, il *boom* della radio, una specie di follia collettiva che sfuggiva qualsiasi previsione: 60 milioni di dollari investiti in apparecchi radio riceventi e trasmettenti nel 1922; 136 milioni nel 1923; 358 milioni nel 1924, e via via crescendo fino ai 650 milioni del 1928.

A completare il quadro manca soltanto il quarto grande protagonista della scena americana: le agenzie di pubblicità. Ma nel 1922 i pubblicitari non avevano ancora apprezzato le potenzialità del nuovo mezzo e preferivano rimanere fuori dal giro. Sarebbero entrati, e massicciamente, nel giro di pochi anni.

Il boom della radio e la crescente attività delle piccole stazioni erano ovviamente la causa principale del *caos* che regnava nell'etere. D'altra parte la loro stessa esistenza e il loro



moltiplicarsi era anche l'indice di una insospettata vitalità del mercato. Il problema dei *giganti* non era tanto quello di eliminare la concorrenza di stazioni radio (la questione del *broadcasting* commerciale in sé e per sé faticava a imporsi), quanto quello di garantirsi che l'impiego di componenti brevettate sia in trasmissione sia in ricezione fosse adeguatamente compensato, e imporre contemporaneamente al mercato gli apparecchi ricevitori e trasmettitori costruiti nelle proprie fabbriche. Tra il 1922 e il 1923, con oltre 600 stazioni trasmettenti in azione, e 136 milioni di dollari investiti, solo il dieci per cento o poco più di quel fiume di denaro era entrato nelle casse RCA, e solo 52 stazioni (su 600) avevano regolarmente acquistato trasmettitori Western Union.

Questi dati convinsero le compagnie del cartello ad avviare una guerra commerciale e legale contro gli *abusivi*: chi non accettava di pagare *royalties* del 7 e 1/2 per cento sulle vendite di apparecchi commercializzati sotto altro marchio ma che contenevano componenti brevettate o derivate da brevetti, rischiava di finire in tribunale e di pagare enormi risarcimenti. Chi accettava veniva autorizzato. Con questo sistema la RCA si trovò ben presto a incamerare introiti pari a oltre un quarto dei suoi profitti lordi. Ben pochi infatti osavano rischiare lunghe vertenze dagli esiti incerti.

Contemporaneamente le compagnie del cartello decisero di entrare in maniera massiccia nel campo del *broadcasting*, allestendo cioè proprie stazioni di grande potenza in condizione di coprire, con azione combinata, tutto o quasi tutto il paese, per propagandare i propri apparecchi.

Un terzo fronte d'attacco delle compagnie fu naturalmente il governo, sul quale si scaricavano quotidiane pressioni attraverso le *lobbies* parlamentari ma più spesso direttamente, affinché l'uso dell'etere fosse regolato in qualche modo a loro vantaggio.

Tra il 1922 e il 1925, Hoover, ministro del Commercio, convocò tre conferenze nazionali sulla radio, convogliando a Washington i rappresentanti delle parti in causa. L'azione del governo era resa particolarmente incerta da un dubbio di fondo; non era ben chiaro se il Radio Act del 1912, concepito per regolare in qualche modo l'esercizio dei servizi radiotelegrafici, concedesse effettivamente al ministro del Com-

mercio quei poteri di regolamentazione sul *broadcast* che si chiedeva venissero messi in atto.

In effetti, le perplessità in materia furono risolte soltanto nel 1926, quando il Procuratore Generale, intervenendo sulla sentenza relativa al caso Zenith, confermò le decisioni della Corte Distrettuale dell'Illinois e decretò che il ministro del Commercio non poteva rifiutare la concessione di licenze, non poteva stabilire limiti di potenza né assegnare frequenze di trasmissione: in una parola, non era competente in materia di *broadcasting*.<sup>1</sup> Fino a quel momento, tuttavia, l'autorità del ministro aveva fatto sempre testo, le sue decisioni erano state accettate, anche se gli si rimproverava una certa benevolenza nei confronti delle grandi industrie, a discapito dei piccoli.

La conferenza di Washington del 1922 si limitò a prendere atto della necessità di regolamentare la concessione delle nuove licenze. Anche l'adozione della pubblicità, come sistema di finanziamento per le stazioni radio, fu apertamente criticata, ma pochi se ne resero conto perché il fenomeno non aveva ancora preso piede. L'unico risultato degno di nota fu una proposta di legge che puntava ad assegnare al ministro del Commercio « l'autorità legale adeguata » per esercitare un effettivo controllo sul *broadcasting*. L'opposizione di numerosi parlamentari che temevano una eccessiva concentrazione di potere nelle mani di Hoover bloccò la proposta, che tuttavia rimase nei cassetti del Congresso e finì con il costituire una specie di *precedente* cui si rifecero tutte le ipotesi di regolamentazione che seguirono.

La conferenza di Washington del 1923 segnò un piccolo passo avanti. Agendo nel vuoto pneumatico di una legislazione assente (il Congresso aveva ricevuto più di venti progetti di legge sul *broadcasting* che andavano dalla nazionalizzazione più spinta a varie forme di controllo governativo, fino alla completa liberalizzazione), Hoover varò una prima ripartizione delle frequenze basata sulla potenza dei trasmettitori.

Le stazioni furono divise in tre gruppi:

*gruppo 1*: stazioni trasmettenti con potenze varianti tra i 500 e i 1000 watts, con aree di servizio molto ampie;

<sup>1</sup> Sulla questione Zenith vedi oltre.

*gruppo 2*: stazioni trasmettenti con potenze inferiori ai 500 watts, e aree di servizio intermedie;

*gruppo 3*: stazioni trasmettenti a bassa potenza, e aree di servizio locali.

Al primo gruppo vennero assegnate le frequenze corrispondenti alle lunghezze d'onda intercorrenti fra 300 e 545 metri.

Al gruppo 2 vennero assegnate le frequenze comprese fra i 222 e i 300 metri.

Al terzo gruppo fu assegnata la sola frequenza corrispondente ai tradizionali 360 metri.

Tutte le stazioni, se necessario, dovevano procedere a suddividersi i tempi di trasmissione. Ovviamente questo artificio, secondario per le grandi stazioni, diventava pratica quotidiana per le piccole costrette a operare su un unico canale in condizioni di affollamento che ben si immaginano.

Questa regolamentazione, ispirata direttamente dai maggiori del cartello Young, che Hoover impiegava volentieri come consulenti, favoriva evidentemente gli interessi dei giganti. Nel giro di pochi mesi si moltiplicarono le stazioni direttamente dipendenti dal *Radio Group* (GE + Westinghouse + RCA). Le tre grandi decisero di allestire tre stazioni del primo tipo ciascuna, in modo da coprire congiuntamente il territorio nazionale da Washington a San Francisco, da New York a Denver.

Gli esiti della seconda conferenza nazionale sulla radio avevano senza dubbio rafforzato la posizione dei giganti; tuttavia l'impressione di sicura unità di intenti che appariva all'esterno era lontana dal vero. Due fattori operavano congiuntamente a minare le basi del potente consorzio. Il primo, di natura esterna, era costituito da una inchiesta che il Congresso aveva avviato poco prima della conferenza di Washington del 1923, tramite la *Federal Trade Commission*, con l'obiettivo di verificare se l'intreccio dei brevetti e gli accordi fra GE, Westinghouse, AT & T e RCA siglati fra il 1919 e il 1921, non costituissero di fatto una concentrazione industriale monopolistica che andava contro le leggi anti-trust. Questa inchiesta, che si concluderà negativamente per il cartello nel 1926, era la prima riuscita contromossa dei piccoli produttori di apparecchi radio riceventi e trasmettenti costretti al giogo delle *royalties*, ma è anche la prima di una

serie di iniziative anti-monopolistiche che continueranno a disturbare il dominio dei giganti fino ad incidere radicalmente sull'assetto stesso del sistema radiofonico americano.

Il secondo fattore, invece, era di natura squisitamente interna, riferito cioè ai complessi rapporti fra le stesse *corporations* del cartello e in particolare fra il Radio Group e la AT & T.

Come si è detto queste compagnie erano state colte alla sprovvista dal boom della radio e passato il primo momento di incertezza si erano organizzate su due linee: facendo guerra ai piccoli concorrenti per riportarli sotto controllo e allestendo stazioni in proprio. In entrambi i casi, pur agendo contemporaneamente contro avversari diversi, le compagnie perseguivano fini individuali: il Radio Group contro i costruttori di ricevitori; la AT & T contro i costruttori di trasmettitori. Mentre le tre compagnie del Radio Group, legate al mercato dei ricevitori, si muovevano in sostanziale sintonia anche nel settore delle stazioni trasmittenti, la AT & T agiva separatamente. Benché non fosse scritto da nessuna parte che la compagnia telefonica non poteva penetrare nel settore radio, era convinzione generale che questi fossero gli accordi: alla AT & T la telefonia, alle altre la radiotelegrafia e poi la radio. Ma di questo avviso non era, come vedremo, la AT & T, che sin dal 1922 aveva imboccato, solitaria, una strada destinata a modificare radicalmente gli equilibri interni al cartello; sin dal 1922, infatti, la AT & T aveva avviato un servizio *broadcast sponsorizzato* utilizzando un trasmettitore da 500 watt posto in cima al palazzo della società a New York e contrassegnato dalla sigla WBAY, la prima stazione radio commerciale degli Stati Uniti. È opinione comune che radio e pubblicità negli USA siano termini strettamente connessi. In realtà, la situazione attuale, dove la pubblicità finanzia interamente le trasmissioni radiotelevisive, prese qualche tempo a costituirsi. Vero è che la pratica dell'auto-pubblicità era in vigore sin dalle origini (già De Forest nel 1916 faceva propaganda via radio ai suoi apparecchi), ma gli annunci pubblicitari di prodotti altrui, la vendita cioè del tempo di trasmissione radio, non erano in genere accettati. Anche i pubblicitari ci misero qualche tempo a apprezzare il valore della radio come canale di diffusione promozionale. L'ingresso della pubblicità nel *broadcast* americano si deve

a due fattori concomitanti: 1. l'aumento dei costi di produzione e gestione delle stazioni durante la fase montante del boom, dovuto alla concorrenza fra stazioni, alla politica della *American Society of Composers, Authors and Publishers* (ASCAP)<sup>1</sup> che cominciava a obbligare le stazioni a pagare i diritti di autore sulle musiche trasmesse, al nuovo atteggiamento di attori e artisti vari che cominciavano a chiedere un compenso per le loro prestazioni; e 2. l'avvio del *Toll Radio-telephone Broadcasting System* della AT & T a New York, che tra l'altro fu la prima compagnia che accettò di pagare i diritti di autore come richiesto dall'ASCAP.

È curioso che tra i quattro giganti fosse proprio la AT & T, l'unica cioè a non avere interessi diretti nel mercato dei ricevitori radio, a dar vita al primo esperimento di radio commerciale. Ma non è strano se si pensa che questo esperimento derivò proprio da una impostazione tutta *telefonica* del problema. AT & T cioè ebbe l'idea di mettere in opera un canale *radio a pedaggio*, nello stesso modo in cui operava nelle sue linee telefoniche. Il progetto prevedeva la costruzione di una rete di trentotto stazioni *radiotelefoniche* (come si insisteva a chiamarle), collegate fra loro dai cavi telefonici della compagnia. La AT & T « non produrrà programmi, ma offrirà canali sui quali chiunque potrà affittare un certo numero di minuti o di ore e trasmettere i propri programmi, in cambio di una cifra stabilita per contratto ».<sup>2</sup>

Nel presentare il suo progetto la AT & T si guardò bene dall'utilizzare una terminologia radiofonica, mentre abbondavano i riferimenti alla tecnologia telefonica, e alla natura telefonica del servizio. Non è chiaro se ciò fu fatto per sincera convinzione (così come più tardi, durante la *querelle* con il Radio Group qualcuno arrivò a sostenere che la *televisione* non era che una *forma* avanzata di *telegrafia!*), o per evitare noie con il Radio Group.

La prima stazione AT & T fu WBAY, ma presto venne sostituita da WEAJ, sempre a New York, ma più potente e

<sup>1</sup> Prima di allora nessuno pagava i diritti sulle musiche trasmesse per radio, così come gli artisti che si esibivano non venivano quasi mai compensati. L'azione dell'ASCAP scatenò un putiferio fra i *broadcasters* che cercarono in tutti i modi di opporvisi; così nacque la *National Broadcaster Association*.

<sup>2</sup> Banning, *Commercial Broadcasting Pioneer, the Weaf Experiment 1922-1926*, p. 68, Harvard University Press, Cambridge 1946.

meglio collocata. Ed è infatti sotto il nome WEAFF che l'esperimento di *toll broadcasting* è passato alla storia. La Compagnia si accorse subito che l'idea di affittare il canale radio a « chiunque avesse qualcosa da dire » non poteva avere successo; perciò aggiornò il suo progetto introducendo il concetto di *programma sponsorizzato*. La AT & T avrebbe prodotto programmi; lo sponsor li avrebbe coperti pagando una certa cifra in cambio della possibilità di promuovere il suo marchio. L'idea era sempre quella di offrire un servizio di pubblica utilità... in fondo anche la propaganda di determinate merci era un servizio per il pubblico. Il primo programma, sponsorizzato da una società immobiliare, andò in onda il 28 agosto del 1922: si trattava di un messaggio della durata di dieci minuti in cui in termini molto pacati venivano illustrati i benefici di un certo quartiere residenziale che la società aveva appena terminato di costruire. Alla società immobiliare quel messaggio costò appena cinquanta dollari. Altri seguirono... e siccome gli appartamenti si vendevano meglio di prima, altre società cominciarono a farsi pubblicità da WEAFF. La stazione chiese e ottenne una frequenza tutta per sé, corrispondente ai 400 metri, con la giustificazione che era l'unica fra tutte le stazioni radio d'America a condurre un *servizio di pubblica utilità*, e continuò piano piano a crescere. I profitti non erano altissimi ma c'erano e la AT & T poteva permettersi ben altri investimenti. Si cominciò a dar corpo al progetto originale: altre stazioni furono collegate via cavo a WEAFF; si cominciò a utilizzare estesamente i fili telefonici per trasmettere in diretta opere, recital, concerti, incontri di football, soprattutto lungo la direttrice New York-Chicago.

Contemporaneamente AT & T rifiutava sempre più spesso l'uso delle sue linee telefoniche ad altre stazioni, comprese quelle del Radio Group. Nel 1923 nacque WCAP Washington, seconda stazione della rete di proprietà AT & T. Nello stesso anno, senza far rumore, AT & T cedette le sue azioni RCA e uscì di fatto dal cartello, predisponendosi a sviluppare il settore a modo suo. Alla fine del 1924 AT & T inaugurava la prima *catena*, ventisei stazioni collegate fra loro dai cavi della compagnia, servite principalmente dalle stazioni WEAFF a New York e WCAP a Washington. La maggioranza di queste stazioni non erano di proprietà AT &

T, bensì stazioni indipendenti, equipaggiate con trasmettitori Western Electric, o di altre marche soggette al famoso ricatto dei brevetti; piuttosto che finire in tribunale avevano accettato di entrare nella catena pagando una *royalty* annua per il diritto di trasmettere. In cambio ricevevano anche i programmi sponsorizzati inviati su filo da WEAFF o WCAP; per le stazioni minori era pur sempre un affare, perché sapevano di poter contare su un certo numero di programmi di qualità realizzati al centro. Per AT & T era evidentemente un affare doppio perché con questo sistema acquisiva il diritto di vendere spazi da sponsorizzare su quelle stazioni, e in breve poté offrire agli sponsor un pacchetto di stazioni che costituivano di fatto una rete collegata da costa a costa. Il cliente poteva acquistare spazio su tutta la rete, oppure solo su alcune stazioni e il prezzo della sponsorizzazione variava in proporzione; si andava da un minimo di centocinquanta dollari l'ora a Washington, a un massimo di cinquecento a New York. Già nel 1924 qualche compagnia arrivò a investire in una campagna promozionale sull'intera rete più di centocinquantamila dollari!

La politica AT & T fu preveggente anche nei confronti dei pubblicitari che abbiamo visto ancora riluttanti a entrare nella radio. In un primo tempo la compagnia trattava direttamente con gli sponsor, quindi decise di offrire alle agenzie pubblicitarie una commissione del 15% sui contratti stipulati (identica a quella che le agenzie percepivano dai giornali). Piano piano poté così affidare alle agenzie stesse la concessione dei programmi sponsorizzati.

Nel dicembre del 1923 andò in onda la prima puntata di *Eveready Hour*, un programma di un'ora sponsorizzato dalle batterie per auto *Eveready*, che conteneva musica da ballo. Fu il primo di una serie lunghissima che ogni giorno proponeva qualcosa di nuovo; oggi un concerto, domani una commediola, ma sempre con il marchio *Eveready*. Fu anche il primo programma interamente concepito e realizzato da una agenzia di pubblicità, la *N.W. Ayer* di New York, al di fuori cioè della struttura di programmazione della radio.

In quello stesso periodo le altre compagnie del cartello stavano studiando sistemi alternativi per finanziare lo sviluppo della radio. Il modello inglese, operante dal 1922 e incarnato dalla *British Broadcasting Company*, piaceva a molti

negli USA. Anche Sarnoff, che cominciava a concepire una organizzazione radiofonica nazionale centralizzata, pensò a una tassa diretta sul consumo di apparecchi radio con la quale finanziare la sua idea, e il governo non fu insensibile a quella proposta. Non se ne fece niente, comunque, perché l'ostilità dei piccoli (stazioni e costruttori) azionò le solite leve delle *lobbies* parlamentari che si scagliarono contro questo « ennesimo tentativo di soffocare la libera iniziativa in favore del trust della radio ».

Nel 1924 fu convocata la terza conferenza nazionale sulla radio a Washington, che respinse in linea di principio l'idea di finanziare la radio con la pubblicità. È interessante notare a questo punto che la confusione doveva aver raggiunto un livello straordinario se lo stesso Hoover che aveva concesso un canale pulito a WEAf pochi mesi prima poté esprimersi contro la pubblicità nella radio. Ma tant'è, la AT & T presentava il suo sistema come un derivato telefonico... e come se non bastasse sotto l'egida del servizio di pubblica utilità.

La conferenza di Washington fu il teatro di una decisione molto significativa. Su consiglio di Sarnoff, Hoover decise di fare un po' di pulizia nell'etere congestionato eliminando dal gioco 86 piccole stazioni che occupavano in condominio la frequenza corrispondente ai 360 metri. Gli spazi liberati dovevano essere assegnati alle stazioni medio-alte. Naturalmente la mossa, ispirata dal Radio Group, provocò un putiferio; praticamente non se ne fece nulla, e da lì ebbe origine la causa che portò la radio fuori dal controllo del ministero del Commercio.<sup>1</sup>

Le pressioni dell'una e dell'altra parte continuavano senza soste tanto che Hoover ebbe a dire nelle sue memorie: « La radio è l'unico settore industriale in cui tutti richiedono concordemente un intervento del governo ».<sup>2</sup>

Una quarta conferenza nazionale fu convocata a Washington nel 1925 dove fu deciso che l'etere aveva raggiunto la saturazione, che canali liberi non ce n'erano più, e di conseguenza fu sospeso a tempo indeterminato il rilascio delle

<sup>1</sup> Fu in questa occasione che il proprietario della Zenith, una delle stazioni in causa, denunciò il governo degli Stati Uniti, come riportato a p. 84.

<sup>2</sup> Hoover Herbert C., *Reminiscences* (non pubblicato, disponibile nella collezione della Columbia University Oral History).



licenze. La conferenza si pronunciò ufficialmente contro la costituzione di un monopolio nazionale della radio e, in linea di principio, confermò l'opposizione alla introduzione di pubblicità a pagamento nei programmi, anche se Hoover ritenne di dover precisare che quell'argomento non era di spettanza del governo

...non vedo perché dovremmo entrarci. Riguarda l'industria della radio e l'industria della radio deve decidere se vuole o non vuole la pubblicità. Per quanto ci riguarda noi siamo contrari a che un mezzo così importante come la radio sia svilito a strumento pubblicitario...<sup>1</sup>

La sospensione del rilascio delle licenze attuata con lo scopo di porre un freno al dilagare delle richieste e di predisporre con calma una nuova regolamentazione, favorì lo sviluppo di un vero e proprio *mercato nero* in cui si compravano e si vendevano le stazioni radio meno fortunate, quelle di proprietà delle chiese, delle scuole, di piccoli esercizi commerciali, che non riuscivano a coprire le spese e che dopo vari tentativi decidevano di uscire dal mercato. Gli acquirenti erano sempre gli stessi: uomini d'affari spesso di provincia decisi a sfruttare commercialmente il nuovo mezzo. Poiché non si potevano ottenere più licenze questi compravano le stazioni direttamente, e benché la legge dicesse che i possessori di una licenza non potevano venderla ad altri, in quella situazione caotica il fatto che acquistando una stazione si entrava automaticamente in possesso della sua licenza di trasmissione prese il sopravvento, grazie anche alla complicità del ministero del Commercio che per molto tempo non ritenne di dover intervenire in quelle transazioni.

Il traffico delle licenze metteva a nudo un fenomeno nuovo: i canali di trasmissione venivano cioè considerati alla stregua di normali *beni* di proprietà privata; e questo a fronte di un compatto schieramento in favore della natura pubblica dell'etere in quanto risorsa nazionale. È un fenomeno importante, perché mentre in sede legislativa la qualità di *patrimonio comune* dell'etere non sarà mai disconosciuta, col passare del tempo si arrivò persino a una sentenza di una

<sup>1</sup> Radio control: hearings before the committee on interstate commerce, US Senate, 69<sup>th</sup> congress, Washington 1926, Govt. print. Office, p. 67.

corte distrettuale che dichiarava i *canali hertziani* soggetti a regime di proprietà privata.

Attraverso la compravendita di stazioni radio si vennero formando i primi raggruppamenti di stazioni sotto un unico proprietario, non ancora collegate a formare una rete e sempre geograficamente ristrette ad ambiti statali o interstatali al massimo, veri e propri piccoli monopoli provinciali che resteranno una caratteristica del sistema americano fino ai nostri giorni.

Le decisioni del 1925 non migliorarono comunque la situazione nell'etere, e mentre la confusione cresceva venne rapidamente a maturazione la lite che da qualche tempo covava in seno al cartello Young.

### *Rottura e ricomposizione del cartello Young: i primi networks*

Nonostante le pregiudiziali governative l'idea del *toll broadcasting* stava decisamente prendendo piede. Non fruttava profitti clamorosi ma nemmeno perdite incolmabili e soprattutto dava alla AT & T una presenza imprevista sul mercato della radio e incontrava l'interesse delle stazioni provinciali medie e piccole, se è vero, come è vero, che nel 1925 le stazioni collegate direttamente alla *catena* WEAFF e quelle collegate ai cavi AT & T superavano insieme il numero di 250.

Convinta dal graduale successo del suo esperimento la AT & T aveva inoltre incaricato la consociata Western Electric della messa a punto di un ricevitore da lanciare a breve sul mercato.

Se fino a questo momento il Radio Group si era limitato a seguire con qualche apprensione l'evolversi degli avvenimenti, ora le sue preoccupazioni precipitarono. Nel segreto dei grattacieli e degli uffici legali, all'insaputa della stampa e del governo, già nel 1924 iniziò la battaglia fra i giganti. Da una parte il Radio Group (General Electric, Westinghouse e soprattutto RCA) convinto che in base ai protocolli del 1919/21 la AT & T non poteva costruire ricevitori radio e tanto meno trasmettere messaggi sponsorizzati, entrambi settori di intervento riservati a sé; dall'altra la AT & T, convinta naturalmente del contrario, dato che la radio non era altro

che una estensione del *telefono*, un territorio dove il suo diritto era ampiamente riconosciuto dagli accordi intersocietari. C'erano anche altri problemi, come la televisione di cui si cominciava a mormorare e fu in questa occasione che un rappresentante della GE arrivò a sostenere che la televisione doveva considerarsi una forma di telegrafia.

In realtà gli accordi del 1920 erano una base assolutamente imprecisa per risolvere la diatriba; non prevedevano la *radio* per come si era sviluppata e inoltre erano stesi nel linguaggio astruso dei legali che si prestava ovviamente a ogni e qualsiasi interpretazione di parte.

Le ex-alleate decisero di affidare la soluzione della vertenza a un arbitro autonomo, il giudice Boyden. Dopo vari mesi di riflessione, di sedute, di contraddittori e di analisi dei documenti, Boyden decise nettamente in favore del Radio Group. A questo era concesso tutto: il diritto alla esclusiva nella commercializzazione dei ricevitori; il diritto a utilizzare collegamenti via filo AT & T, diritto a installare radio negli alberghi, negli appartamenti, nei treni, diritto a riscuotere pedaggi per il *broadcasting* di programmi sponsorizzati. Alla AT & T, cui veniva confermato il controllo del settore telefonico, era negato persino il diritto di trasmettere, se per fare ciò avesse impiegato attrezzature in qualche modo legate ai brevetti controllati dalle società del Radio Group.<sup>1</sup>

Per il gruppo Young era un trionfo, ma la AT & T non aveva nessuna intenzione di demordere. La sua contromossa fu in effetti decisiva. Una settimana prima che le decisioni di Boyden fossero depositate e cominciassero quindi il loro corso legale, la AT & T presentò al Radio Group un breve memorandum in cui si asseriva testualmente che « se gli accordi del 1919/21 significano quello che sostiene Boyden nella sua sentenza, allora voi siete da considerare al di fuori della legge per violazione delle leggi anti-trust e cospirazione al fine di limitare la libertà di commercio... ».<sup>2</sup>

Il memorandum era firmato da John Davies, ex-procuratore generale dello stato e uno degli estensori del *Clayton Act*, la legge anti-trust per l'appunto; con una simile firma era difficile negare il fondamento del memorandum AT & T.

<sup>1</sup> Archer G.L., *Big Business and Radio*, op. cit., p. 170.

<sup>2</sup> *ibidem*.

Inoltre la compagnia telefonica faceva presente che gli accordi del 1920 restavano in vigore tranne che nelle parti illegali... AT & T perciò avrebbe continuato a utilizzare i brevetti del gruppo. La mossa era ben congegnata, e il Radio Group rischiava di pagare davvero cara la vittoria nel negoziato interno. Se AT & T rendeva pubbliche le sue accuse, l'inchiesta della Federal Trade Commission, iniziata come si ricorderà due anni prima e appena conclusa con una circostanziata accusa di violazione delle leggi anti-trust contro il cartello nel suo complesso, ne avrebbe tratto sufficiente forza per uscire dai cassetti del Senato e trasformarsi in qualcosa di più minaccioso. La AT & T d'altra parte era in una botte di ferro. Due anni prima infatti aveva ceduto il suo pacchetto azionario RCA ed era di fatto uscita dal trust. Nel caso di una vera inchiesta anti-monopolistica avrebbe potuto facilmente trarsi d'impaccio. Se AT & T passava dalle minacce alla pratica, tutto il castello pazientemente messo a punto da Young e Sarnoff in più di sette anni rischiava di crollare, proprio nel momento in cui Sarnoff stava per definire il suo progetto di una organizzazione radiofonica nazionale che avrebbe dato voce agli interessi del cartello.

Le questioni in gioco erano molte: c'era la rete telefonica AT & T, senza la quale non era possibile un collegamento nazionale efficiente fra le stazioni, data la precarietà delle comunicazioni a onde corte che si cominciavano a sperimentare, e l'inadeguatezza dei servizi telegrafici classici al nuovo mezzo della radio. C'era il *toll broadcasting* che alla AT & T rendeva sui 150.000 dollari l'anno ma che garantiva una rete nazionale di distribuzione. C'erano naturalmente i brevetti incrociati in una maglia ormai inestricabile. Fu ancora Sarnoff a scovare l'idea giusta, « ... mettiamo insieme tutte le nostre stazioni e formiamo un'unica compagnia indipendente che si manterrà da sola e in futuro potrà addirittura rendere. Alla AT & T assegnamo i servizi telefonici e la rete di collegamento... ».<sup>1</sup>

Nel gennaio del 1926 il consiglio di amministrazione della RCA (dove sedevano tutte le compagnie del Radio Group) approvò l'idea. La nuova compagnia avrebbe avuto tre pa-

<sup>1</sup> Archer G.L., *Big Business and Radio*, op. cit., p. 184.

droni: la RCA (50%), la GE (30%) e la Westinghouse (20%). La AT & T accettò l'offerta: avrebbe fornito i servizi telefonici a grande distanza e la rete di collegamento via cavo con un contratto a lungo termine e per una cifra annua intorno al milione di dollari. La società telefonica si impegnava a uscire dal settore radio, almeno per il momento, cedendo per un milione di dollari la stazione WEAJ alla nuova società di proprietà del Radio Group. Si impegnava inoltre a sospendere le trasmissioni di WCAP Washington, il cui posto nell'etere sarebbe stato preso da WRC, la stazione RCA nella stessa città. La AT & T, con questi accordi, usciva dal *broadcasting* attivo, ma, come nota E. Barnouw, « ottenne il pedaggio cui mirava: un milione di dollari all'anno per le linee telefoniche e un milione di dollari subito per la cessione di WEAJ, una stazione capofila di una rete commerciale che rendeva allora sì e no 200.000 dollari l'anno ».<sup>1</sup>

Nell'agosto del 1926 la nuova compagnia scaturita dalla fertile mente di Sarnoff e plasmata dalle abilità negoziali di Young, fece il suo ingresso nella scena ufficiale della radio. Poiché era una organizzazione radiofonica che estendeva le sue attività da costa a costa fu chiamata *National Broadcasting Company*, NBC.

Gli anni tra il 1925 e il 1928 sono probabilmente quelli decisivi per la formazione dell'assetto radiofonico americano. In quel periodo, mentre il caos nell'etere raggiunge punte massime per nulla intimorito dalle disposizioni del 1925, l'attenzione del legislatore fu necessariamente catapultata sulla radio. La sentenza della Corte Distrettuale dell'Illinois sul caso Zenith, nel 1926, aveva di fatto svuotato d'ogni valore legale le decisioni prese alle quattro conferenze di Washington; l'autorità di Hoover ne usciva fortemente ridimensionata. Il Congresso, che aveva per anni accantonato il problema delegandolo al dinamismo del ministro del Commercio e futuro presidente, aveva di fronte ben diciotto progetti di legge sul *broadcasting*, e la nascita di NBC, la prima rete radiofonica nazionale, portava nell'arena un fenomeno nuovo destinato a imporre la sua presenza. Nel giro di poche settimane dalla conclusione del caso Zenith, la nuova legge sulla radio fu varata.

<sup>1</sup> E. Barnouw, *History of American Broadcasting*, vol. 1, *op. cit.*, p. 186.

Il Radio Act, gennaio del 1927, che prendeva il posto del Radio Act 1912, fu la prima legge americana che prese in esame la radio per quello che effettivamente era, strumento straordinario di comunicazione di massa, abbandonando una volta per tutte quella identificazione paradossale con il telegrafo e quella addirittura grottesca con il telefono che erano state alla base della confusione legislativa precedente. La nuova legge affermava definitivamente la *proprietà pubblica* dei canali radio, il cui *uso* soltanto veniva concesso ai privati su autorizzazione dello stato garantita da una licenza. La licenza, della durata di tre anni, non dava adito ad alcun diritto di rinnovo automatico alla scadenza del periodo prescritto, e tanto meno poteva essere ceduta a un eventuale acquirente della stazione relativa.

Organo deputato alla concessione delle licenze diventava la Federal Radio Commission, commissione federale di cinque membri proposti dal ministro del Commercio e approvati dal Senato. Tutte le licenze accordate fino all'entrata in vigore della nuova legge dovevano considerarsi annullate; gli intestatari furono invitati a rinnovare le loro richieste di autorizzazione e alla FRC toccò l'ingrato compito di stabilire quali stazioni avevano diritto a trasmettere in base sia a considerazioni tecniche (per evitare interferenze, ecc.) sia in base alla « necessità, convenienza e interessi del pubblico ».

Altri aspetti del Radio Act 1927 meritano di essere ricordati. La *censura*:

Nessun atto sarà intrapreso che dia alla Commissione autorizzante alcun potere di controllo e di censura sulle comunicazioni radio... nessun provvedimento potrà essere promulgato da codesta Commissione che in qualsiasi modo interferisca con il diritto alla libertà di parola tramite radio, salvo nei casi in cui il linguaggio usato sia osceno, indecente e offensivo.

Le stazioni furono anche autorizzate a ospitare i candidati a cariche politiche sia locali che federali; in queste occasioni doveva essere concesso eguale tempo a ciascun candidato e la stazione non poteva esercitare alcuna censura su quanto veniva trasmesso.

La *lotta ai monopoli*:

La Federal Radio Commission non può concedere licenze a persone, ditte, compagnie o corporation, o consociate relative... che siano state

condannate da una Corte Federale per aver cercato di monopolizzare direttamente o indirettamente, dopo la pubblicazione di questa legge, le comunicazioni radio sia tramite il controllo della produzione e vendita di apparecchi radio, sia attraverso accordi sulle reti telefoniche e telegrafiche di collegamento, sia attraverso altre vie.<sup>1</sup>

La nuova legge fu senza dubbio un passo avanti dopo anni di incertezza e di sviluppo tanto massiccio quanto caotico. Tuttavia, quando fu approvato, il Radio Act era già obsoleto rispetto alla evoluzione in corso. Non solo i suoi parametri di riferimento (*necessità, convenienza, interesse pubblico*, belle parole ma sostanzialmente vuote di significato, aperte alle interpretazioni più maliziose come a quelle più rigorose) erano pericolosamente labili, ma la *radio* di cui si parlava nella legge era quella di anni prima con poche stazioni orientate al profitto, molto volontarismo, e una rigorosa indipendenza produttiva di ciascuna emittente. Non era più il *radio-telefono* o il *telegrafo parlante*, e questo fu gran merito della legge, ma non era neppure la radio ormai nata dalle intricate manovre dei giganti. Basti dire che al problema del *chain broadcasting* in tutta la legge sono dedicate solo poche righe che autorizzavano la FRC « a studiare speciali disposizioni da applicare alle stazioni radio che facciano parte di una catena ».<sup>2</sup>

Pochi mesi prima della adozione della legge, il 15 novembre 1926, la NBC aveva fatto il suo debutto. Nel gennaio del '27, contemporaneamente al Radio Act, NBC aveva attivato due reti nazionali: il *red network*, servito dalla stazione WEAJ che aveva ereditato e esteso la catena AT & T; e il *blue network*, servito dalla stazione WJZ. Le due reti avevano assunto l'idea del *toll broadcasting* e trasmettevano regolarmente programmi sponsorizzati di grande richiamo, in gran parte prodotti dalle singole stazioni con l'eccezione di *Eveready Hour*. Sulla questione della sponsorizzazione il Radio Act assunse la linea Hoover 1925: era una faccenda interna all'industria.

Anche sulla questione dei monopoli la nuova legge non offriva garanzie chiare. Il Radio Act recepiva una tendenza

<sup>1</sup> Public Law n. 632, Radio Act, 1927, 69<sup>th</sup> Congress, Sec. 29, citato in Barnouw, *op. cit.*

<sup>2</sup> Radio Act 1927, *ibidem*.

anti-monopolistica che stava prendendo piede, come traspare dal capitolo che proibisce alla FRC di rilasciare una licenza a chiunque fosse stato condannato per infrazione delle leggi anti-trust, ma contemporaneamente offriva una via di uscita: infatti la proibizione riguardava chi fosse stato condannato *dopo* la pubblicazione del Radio Act.

Questo aspetto della legge tuttavia deve aver sollecitato i timori della RCA, perché in quello stesso anno decise di chiudere l'annosa *querelle* con i costruttori di apparecchi radio che operavano senza pagare i brevetti, autorizzandoli a operare in cambio del già citato 7 e mezzo per cento annuo sulle vendite. I principali (Atwater Kent, Philco, Crossley) accettarono, portando nelle casse di RCA un fiume di dollari (tre milioni nel solo 1927), e questo bastò perché l'inchiesta della FTC (i cui risultati accusavano il cartello Young di monopolio) fosse ritirata. Ma l'astio delle piccole *companies* nei confronti di RCA non diminuì affatto, anzi si accrebbe quando molti costruttori si accorsero di aver versato alla RCA cifre ingentissime in cambio di generiche promesse. Alla fine degli anni '30 fu proprio la reazione dei piccoli produttori a causare una nuova battaglia anti-monopolistica ben più poderosa delle precedenti, che terminò con una cospicua disarticolazione dell'impero radiofonico dei *networks*.

Lo spirito antimonopolistico che alla fine degli anni '20 cominciava a spirare con forza sul mondo della radio fu probabilmente responsabile, almeno in parte, della nascita del secondo grande *network*, la CBS (Columbia Broadcasting System).

CBS nasce in modo totalmente diverso da NBC. Non è il frutto di un connubio di giganti e in un certo senso deve le sue origini proprio al fatto che la NBC rifiutò i servizi che Arthur Judson e George Coates avevano più volte proposto.

Judson & Coates appartenevano al mondo degli organizzatori artistici. Nel 1926 avevano formato la *A. Judson Radio Program Corporation*, una specie di organizzazione di artisti che si offrivano alle stazioni radio in polemica con la politica dell'ASCAP, e cioè senza pretendere un *fitto* di diritti di autore. Più volte Judson e Coates cercarono di ottenere un incarico alla NBC, ma Sarnoff aveva già in mente di creare un *bureau* artistico direttamente dipendente dalla società e non prese mai seriamente in considerazione le loro proposte. Bisogna inquadrare questi episodi nel giusto contesto. La



radio delle origini, con i suoi programmi artigianali, i suoi artisti volontari e il suo dilettantismo era ormai un ricordo. Ormai i programmi erano realizzazioni professionali, con cantanti, musicisti, showmen professionisti. Judson & Coates decisero di fare da soli. Nonostante immense difficoltà finanziarie in capo a pochi mesi riuscirono ad accordarsi con dodici stazioni, di cui la principale per potenza e organizzazione era WOR a Newark. In cambio della possibilità di disporre di dieci ore settimanali di programmazione la *Judson Radio Program Corporation* si impegnava a pagare a ciascuna stazione cinquecento dollari alla settimana.

Per recuperare la cifra Judson & Coates si misero a caccia di sponsor ma non riuscirono a trovarne. Trovarono invece la *Columbia Phonograph Record Company*, una grossa società del settore discografico, preoccupata di garantirsi uno spazio radiofonico agibile dato che la sua rivale *Victor* stava per essere acquistata dalla RCA (come puntualmente accade). Nacque così *Columbia Phonograph Broadcasting System*: Judson & Coates fornivano dieci ore alla settimana di programmi in cambio di diecimila dollari; il System cercava gli sponsor e distribuiva i programmi fra le stazioni della piccola catena. Gli affari andavano male fino a che William Paley, uno dei tanti *re* del tabacco, non decise di investire nell'impresa un capitale considerevole.

L'ingresso di Paley coincise con l'uscita della *Columbia Phonograph*, ma il System mantenne il suo nome perché poco tempo dopo Paley acquistò la *Columbia Company*. Era il 1928. Paley si mise d'accordo con Adolph Zuckor, padrone della *Paramount-Publix* (cinema), che acquistò il 49% delle azioni CBS. Nel 1928 la CBS, *Columbia Broadcasting System*, poteva contare su sedici stazioni affiliate servite da WOR e iniziò immediatamente la concorrenza con NBC.

Quando la *Federal Radio Commission* in base al Radio Act del '27 avviò l'istruttoria per stabilire quali depositari di licenze avevano diritto a continuare le trasmissioni e su quali canali, erano attive negli Stati Uniti 732 stazioni radio, di cui solo cento affiliate ai *networks*. Fra queste, ottantotto costituivano le due reti NBC. Seicentotrentadue stazioni erano perciò indipendenti e gran parte di queste non accettava pubblicità.

Molti erano veicoli promozionali diretti degli interessi di

chi le possedeva: giornali, grandi magazzini, piccole imprese. Novanta appartenevano ancora, nonostante le crisi finanziarie, a istituzioni educative.

All'inizio di questo capitolo, parlando dei protagonisti la cui azione incrociata avrebbe modellato il sistema radiofonico americano, avevamo indicato:

- i dilettanti radioamatori
- i giganti industriali del cartello Young
- il governo.

Tra il 1922 e il 1928, come abbiamo visto, molte cose mutarono ma il ruolo di quei protagonisti ne esce confermato. Con la nascita di CBS il sistema radiofonico americano acquista finalmente quei connotati che con poche variazioni lo caratterizzano ancora oggi. Dall'azione dei giganti sono nati i *networks*, NBC soprattutto; dall'azione dei dilettanti radioamatori si sono sviluppate le piccole stazioni locali indipendenti e, in alcuni casi, i piccoli trust costituiti da due, tre stazioni collocate in stati o città diverse ma appartenenti a un unico imprenditore; dall'azione del governo è scaturito un quadro legislativo inadeguato ma che resterà sostanzialmente lo stesso. Si è aggiunto, come previsto, un quarto protagonista: la pubblicità. Ormai convinti delle potenzialità del mezzo gli operatori pubblicitari si lanciano a capofitto nella radio e molto presto arriveranno a dominarla.

Nel periodo 1927/1932, sotto le presidenze Coolidge e Hoover fortemente legate al mondo degli affari, i *networks* usufruiscono di condizioni particolarmente favorevoli per svilupparsi in modo massiccio e la pubblicità diventa la struttura portante del sistema, capace di catalizzare sulle reti radiofoniche quel volume di investimenti finanziari senza il quale non avrebbero potuto crescere e rafforzarsi.

Nel 1931, su 2365 ore trasmesse da 201 stazioni affiliate ai tre *networks* sono state contate 12.546 interruzioni pubblicitarie, il 40% delle quali nella forma oggi molto nota dello *spot*.<sup>1</sup> Tutto il tempo di trasmissione dedicato alla informazione, alla cultura e alla educazione era globalmente inferiore al totale dei *commercials*; e tutti i programmi sponsorizzati (il 33,8% su NBC, e il 21,94% su CBS) erano con-

<sup>1</sup> E. Barnouw, *op. cit.*

cepiti e prodotti dalle agenzie di pubblicità, al di fuori cioè dalle strutture di programmazione della radio. Naturalmente i programmi veicolanti pubblicità occupavano le ore di massimo ascolto.

Nonostante certe premesse antimonopolistiche la politica della *FRC* si rivelò molto presto favorevole ai *networks*. Su ventiquattro canali hertziani resi disponibili alla radio dalla nuova allocazione delle frequenze, ben ventuno furono assegnati a stazioni affiliate ai tre *networks*. Con il 20% delle stazioni NBC e CBS controllavano così l'80% dei canali puliti. In diciotto mesi le azioni della RCA alla Borsa di New York salirono del 600% e continuarono a crescere fino ad assestarsi subito dopo il crollo di Wall Street. In piena crisi economica, con i disoccupati in continuo aumento, centinaia di banche costrette alla chiusura, e una Borsa impazzita, l'industria della radio fu tra le pochissime a prosperare.

I profitti di NBC e CBS, intorno ai cinque milioni di dollari nel 1931, scesero a due milioni e mezzo nel 1933; una riduzione ridicola se paragonata a quanto stava accadendo intorno a loro. In quello stesso 1931 la NBC arrivò a controllare 136 stazioni equamente divise fra i due *networks*, mentre CBS aveva 65 affiliate. Nel 1934 NBC controllava 152 stazioni; CBS 96. Un terzo del tempo totale di trasmissione su tutti e tre i *networks* era coperto da programmi pubblicitari e la metà degli introiti dei *networks* era garantita da dieci agenzie pubblicitarie.

I due giganti della radio avevano una politica sostanzialmente diversa sia nel campo della programmazione sia nei rapporti commerciali con le affiliate. NBC, che poteva contare su due reti, aveva diviso anche i programmi concentrando su *NBC-red*, la rete più ascoltata, gran parte dell'entertainment e dello spettacolo radiofonico leggero. *NBC-blue* poteva contare soltanto su una serie (*Amos 'n Andy*) di grande richiamo popolare e per il resto aveva un carattere più austero, più attento alla cultura e alla educazione. Di conseguenza gran parte della copertura pubblicitaria si concentrava su *NBC-red* finché la Company fu costretta a trasferire anche *Amos 'n Andy* sulla *rete rossa* e a mantenere *NBC-blue* come facciata colta da presentare ai nemici della commercializzazione radiofonica. NBC privilegiava i collegamenti in diretta anche dall'estero e nei primi anni '30 mise a segno colpi

memorabili facendo parlare per la prima volta dal vivo grandi personaggi del tempo come Trotsky, Gandhi, Pio XI e persino Mussolini.

CBS aveva un taglio genericamente più attento alle questioni della informazione e della cultura, privilegiava le trasmissioni in diretta di eventi speciali (nel 1931 ne trasmise 415 contro i 256 della NBC) e stabilì un accordo con la BBC inglese per lo scambio e la realizzazione di programmi per l'America negli studios inglesi. Entrambi i *networks* curavano con particolare attenzione i rapporti con il mondo politico. Nel 1931 furono trasmessi 28 discorsi presidenziali, trentasette interventi di membri del governo e settantuno interviste con senatori e deputati solo su NBC, mentre più o meno lo stesso accadeva su CBS.<sup>1</sup>

Fino al 1933 l'informazione alla radio era poca cosa. L'opposizione della stampa, come già in Gran Bretagna, tentava di impedire che la radio si dotasse di propri strumenti di raccolta e distribuzione delle informazioni. Dopo una serie di scontri anche molto violenti e il raggiungimento di un compromesso che prese la forma del *Press Radio Bureau* (un ufficio gestito dalle agenzie di stampa che forniva le informazioni alle radio) l'informazione radiofonica venne gradatamente affrancandosi dal controllo della stampa e già nel 1934 i due *networks* disponevano di efficientissimi servizi informativi gestiti in proprio e con la collaborazione di *Transradio*, una agenzia con accesso ai collegamenti in onde corte che era nata proprio per servire la radio.

Per quanto riguarda i rapporti con le affiliate NBC e CBS si comportavano in maniera totalmente diversa. NBC forniva alle stazioni dei due *networks* un certo numero di ore di programmi cosiddetti *di sostegno*, prodotti ad elevato contenuto professionale e privi di pubblicità, che le stazioni acquistavano nel 1931 a cinquanta dollari l'ora. Oltre a questi programmi che servivano alle stazioni per coprire gran parte della loro programmazione non locale senza spendere troppo, le stazioni ricevevano i programmi sponsorizzati per i quali venivano parzialmente rimborsate e che comunque non erano obbligate ad accettare. Capitava così che alcune non

<sup>1</sup> Dati desunti da Archer G.L., *Big Business and radio*, op. cit., p. 397.

accettavano e la NBC non poteva garantire agli sponsor la copertura totale della rete. Solo dopo il 1935 fu introdotta la regola dell'*optional network time* per cui le stazioni dovevano comunicare con un ampio preavviso se intendevano o meno accettare i programmi sponsorizzati.

La CBS invece offriva i suoi programmi di sostegno alle affiliate senza chiedere alcun compenso. Le stazioni della rete potevano collegarsi in qualsiasi momento con il circuito nazionale, ma in cambio la CBS si riservava il diritto di collocare i programmi sponsorizzati in qualsiasi momento sul palinsesto di ciascuna stazione. In questo modo la CBS riusciva a vendere a uno sponsor l'intera rete e sapeva con certezza a che ora e su che stazione il programma pubblicitario andava in onda. In cambio le stazioni, che non potevano rifiutare i programmi sponsorizzati, ricevevano il trenta per cento circa degli introiti pubblicitari. Questo diverso meccanismo spiega bene come mai la CBS, con meno stazioni, meno personale, e meno ore di programmazioni sponsorizzate riuscisse tuttavia a superare la NBC quanto a profitti netti.

Entrambi i *networks* avevano *bureau* artistici direttamente dipendenti dalle *companies* attraverso i quali operavano una politica chiaramente esclusiva e protezionistica. Entrambe avevano interessi nell'industria discografica: NBC tramite RCA che aveva acquistato la Victor Talking Machine Company, produttrice di dischi, fonografi e registratori; CBS tramite Columbia Phonograph acquistata da Paley nel 1934. Entrambe avevano interessi anche nel mondo del cinema: NBC attraverso RCA che controllava gli studios RKO, e CBS attraverso Paramount di cui Paley, dopo aver riacquisito la quota azionaria che Zuckor possedeva in CBS, era rimasto uno degli azionisti principali.

Come si vede i tempi della radio dei pionieri erano un ricordo ben lontano. Attraverso i *networks* CBS e NBC erano diventate potenze industriali di prima grandezza. Ma che cos'è concretamente un *network*? È una macchina raffinata che combina il massimo di decentramento e di pluralismo con il massimo di accentramento e di dipendenza da una unica fonte. A livello locale le stazioni affiliate funzionano autonomamente gestendo programmi e pubblicità, ma a livello nazionale non sono che ripetitori e canali commerciali di una sola unità centrale. Il *network*, letteralmente, è la

rete, il collegamento organizzato fra i punti di emissione e le stazioni locali.

In realtà il *network* è la *company-madre*, è CBS, NBC, ABC, è l'ente organizzante. Dice E. Barnouw:

Il *network* è un fantasma; un tessuto di contratti per cui un certo numero di stazioni sono collegate operativamente attraverso cavi telefonici che il *network* non possiede ma affitta da altri; è una rete in cui ciascuna stazione trasmittente utilizza e sfrutta un canale hertziano che non possiede e non può possedere perché risorsa pubblica della nazione.<sup>1</sup>

Apparentemente basato sul nulla, il *network* diventò una potenza, una forza preponderante che ha esteso il controllo americano sulle comunicazioni come era nei voti di Young e forse anche di più.

Lo strapotere dei *networks* incontrò qualche difficoltà seria soltanto con l'avvento di Franklin Delano Roosevelt alla presidenza; il clima del *new deal* e la sua politica sociale anti-monopolistica non potevano infatti collimare con gli interessi dei padroni della radio. Le prime avvisaglie di quanto sarebbe accaduto si ebbero già nel 1930 quando lo *US Department of Justice* decise di riesaminare l'inchiesta sui monopoli radiofonici che la *FTC* aveva ritirato nel 1927. L'obiettivo dell'inchiesta erano i patti del 1919/21 fra le *companies* del cartello Young. AT & T se la cavò subito senza danni poiché dimostrò di essere uscita da RCA sin dal 1923, ma il Radio Group fu davvero messo alle strette. L'accusa di monopolio era come sempre molto pericolosa, soprattutto se proveniente dal ministero della Giustizia. I patti del 1919/21 dovevano essere aboliti, chiedeva il ministero, perché costituivano una chiara « cospirazione contro la libertà industriale e di commercio ». L'iniziativa del ministero era determinata dalla ribellione di alcuni piccoli costruttori di apparecchi radio che tre anni prima avevano accettato il *diktat* del sette e mezzo per cento, ma che in seguito avevano deciso di denunciare la RCA per pratiche monopolistiche.

Il rischio era grave. RCA prima decise di tralasciare l'esazione di quella specie di tassa, poi si mosse a risolvere il problema a monte. Il cartello Young andava sciolto, anche

<sup>1</sup> E. Barnouw, *op. cit.*

perché molti dei brevetti fondamentali erano scaduti nel 1930 e la situazione si stava ingarbugliando sempre di più. Fu deciso che RCA doveva comunque rimanere. GE e Westinghouse cedettero le loro linee di produzione di apparecchi radio alla RCA e si ritirarono dal consiglio di amministrazione della *Corporation* di Sarnoff.

Contemporaneamente uscirono anche dalla NBC, che così diventò di esclusiva proprietà della RCA. GE e Westinghouse mantennero le proprie stazioni radio ma naturalmente le affidarono a NBC; inoltre mantennero il diritto a rientrare sul mercato dei ricevitori ma solo dopo due anni e mezzo dal divorzio per dar modo a RCA di organizzarsi e di saldare i debiti che aveva dovuto contrarre per liquidare le sue ex-proprietarie. Così RCA, che era una società in origine fondata e posseduta da altri, nulla più che un agente di vendita dei prodotti GE e Westinghouse, uscì dalla crisi del '32 come società autonoma, proprietaria di se stessa, di una fetta maggioritaria del mercato dei ricevitori, e soprattutto di due *networks*.

Questa complessa operazione soddisfece il ministero della Giustizia e la causa fu sospesa prima ancora di cominciare. Tuttavia l'elezione di Roosevelt apriva un periodo di ulteriore incertezza, basti pensare che Merlyn Aylesworth, l'ex-presidente della Associazione Nazionale delle Industrie Elettriche, che dalla fondazione era divenuto il presidente di NBC, era tra i molti capitani di industria che si dichiararono pronti ad abbandonare il paese se « quel comunista di Roosevelt diventerà presidente ».

Durante i primi anni della presidenza Roosevelt gli attacchi contro i monopoli assunsero una forza che non avevano mai avuto. Al Senato e al Congresso la lotta fra i difensori del vecchio ordine e i propugnatori del nuovo continuò senza soste per tutti e dodici gli anni in cui Roosevelt rimase in carica, eletto per tre volte consecutive con enorme seguito popolare, a malapena sopportato dagli ambienti finanziari e dal mondo degli affari.

La radio non poteva andare esente da questo conflitto. Ci fu prima un tentativo, guidato dai senatori progressisti Wagner e Hatfield, per ridurre drasticamente il taglio commerciale dei programmi. La loro proposta prevedeva che almeno il 25% del tempo di programmazione radiofonica dovesse

essere riservato all'educazione e alla cultura. Contro di loro reagì la *lobby* guidata dal senatore Dill che sin dal 1927 era stato uno dei più accaniti sostenitori dei diritti dei *networks*. In questo caso si giunse a un compromesso, grazie alla abilità di CBS e di NBC che riuscirono a dimostrare di avere in palinsesto molti programmi educativi. Da questo scontro ebbe origine il nuovo *Act* del 1934, il cosiddetto *Communication Act* che trasferì sotto la stessa giurisdizione il telefono e la radio e sostituì la vecchia Federal Radio Commission con la nuova *Federal Communication Commission*, ma che in termini sostanziali ricalca le linee della legge precedente.

Fu solo nella seconda metà degli anni '30 che la lotta ai monopoli riuscì a incidere in qualche modo significativo sul potere dei *networks*. Non fu tanto la legge, che come la precedente continuava a considerare la radio come se i *networks* non esistessero, quanto l'azione dirompente di James L. Fly, già responsabile del progetto della *Tennessee Valley Authority*, che Roosevelt volle a presiedere la FCC dal 1939. Fly divenne presidente della FCC quando già era in corso uno studio sui *networks* che, secondo tradizione, sarebbe probabilmente finito in un cassetto dopo qualche polemica. Ma Fly non era tipo da lasciarsi intimidire. Nel 1941 il rapporto sul *chain broadcasting* era pronto e la FCC lanciò la sua sfida.

In primo luogo fu proposto che NBC cedesse uno dei due *networks*; la RCA, secondo il rapporto, aveva utilizzato NBC-blue solo per eliminare ogni concorrenza a NBC-red; inoltre i due *networks* insieme controllavano tante stazioni a grande potenza quanto bastava a costituire un monopolio di fatto.

Quindi fu la volta di CBS, cui la FCC chiese di abbandonare il sistema di relazioni con le affiliate per cui il *network* godeva della opzione speciale sul tempo di programmazione di tutte le affiliate; secondo il rapporto ciò costituiva un abuso in relazione alle licenze di trasmissione, nonché un modo per scoraggiare l'iniziativa locale delle radio. In cambio FCC propose che la giornata-tipo fosse suddivisa in segmenti di cinque ore ciascuno e che in ciascun segmento il *network option time* fosse limitato a tre ore.

Toccò poi ai *bureau* artistici, veri e propri uffici di collocamento gestiti direttamente dal *network*. Anche su que-



sto punto la FCC chiese che i *networks* cedessero le loro organizzazioni. Altre proposte di riforma furono presentate che puntavano ad allentare i legami fra *networks* e *affiliate*, e a limitare il numero di stazioni radio che il possessore di una licenza poteva aprire in tutto il paese.

Contro Fly furono tentate tutte le manovre possibili, compresi loschi tentativi di ricatto, accuse infamanti, ispirate dai *networks* e portate avanti da due diversi comitati parlamentari, guidati da Eugene Cox e Martin Dies, ultrareazionari deputati del Sud che non perdevano occasione per dichiarare le proprie simpatie per i regimi forti d'Italia e Germania, e il proprio odio per i sindacati, i comunisti, i negri, ecc.

CBS e NBC ricorsero anche alla Corte Suprema e la causa si trascinò per due anni. Ma non ci fu nulla da fare. Nel 1943 la Corte Suprema respinse il ricorso e la riforma entrò in vigore. I *networks* si liberarono dei loro *bureau* artistici che diventarono società autonome. La CBS rinunciò alla clausola dell'opzione speciale. Ciascuno dei due rimase proprietario di sole sei stazioni in sei città d'America. NBC separò i suoi *networks*, si tenne il ricco *red* e trasformò il *blue* nella *Blue Network Inc.* che venne messa immediatamente in vendita.

In quello stesso 1943, il re delle caramelle col buco Edward J. Noble, acquistò *Blue Network Inc.* per otto milioni di dollari in contanti, e la trasformò in *American Broadcasting Company* rilanciandola al punto da farlo diventare in breve tempo un temibile concorrente degli altri due.

Con la nascita di ABC il quadro che ancora oggi è in vigore risulta completato. La nascita e lo sviluppo della televisione, che avrà il suo boom dall'immediato dopoguerra in poi, mentre in Gran Bretagna incide radicalmente sull'assetto del sistema, negli Stati Uniti lascia sostanzialmente inalterato il potere dei tre oligopoli che si limiteranno ad assumere il nuovo mezzo e adattarlo agli schemi del *network* sviluppati per la radio.

## Capitolo VI

### Arriva la televisione: caduta e resurrezione della radio

Nella breve vicenda della radio la nascita e il progressivo affermarsi della televisione sono eventi di importanza primaria. Intorno alla metà degli anni Cinquanta, quando la rapidità di espansione del nuovo mezzo apparve in tutta la sua grandezza, coloro che consideravano la radio come una *televisione priva di immagine* non ebbero dubbi sulla sorte del mezzo più vecchio: un povero invalido necessariamente condannato a deperire se non a perire addirittura. Non è stato così e oggi, in piena civiltà dell'immagine, la radio attraversa una fase di rilancio.

Obbligata a riconsiderare il proprio ruolo sociale la radio ha saputo modificare la sua organizzazione e i suoi programmi tenendo realisticamente in conto le condizioni di ascolto così come l'avvento della televisione le aveva trasformate.

Date le premesse e scontata una secca perdita di pubblico, di risorse e di importanza nella vita della gente, l'avvento della televisione ha avuto per la radio conseguenze meno catastrofiche del previsto.

La crisi ci fu, in alcuni casi anche molto pesante, così come colpite duramente furono tutte le fonti di informazione, cultura e intrattenimento popolare, il cinema, il teatro, la musica, e persino l'abitudine alla lettura. Molte radio hanno chiuso i battenti, altre sono state ridimensionate; i grandi monopoli pubblici radiofonici si sono trasformati; in genere è la radio nazionale che ha perso vigore, mentre le radio regionali e, via via lungo la scala del decentramento, le radio locali hanno saputo conquistarsi un nuovo ruolo importante. La crisi c'è stata, per molti versi è ancora presente in alcuni paesi, ma la radio non è morta.

## Le origini della televisione

Chi è abituato a pensare alla televisione come una diretta conseguenza della radio potrà esserne stupito, ma l'idea della trasmissione a distanza di immagini (*televisione*, appunto) è precedente di qualche decennio agli esperimenti di Hertz che, attraverso la dimostrazione dell'esistenza delle onde elettromagnetiche, resero possibile la radio.

I principi teorici della fotografia vennero formulati nel 1829 e già prima del 1850 qualche ricercatore aveva effettuato prove sperimentali per la trasmissione a distanza di immagini e disegni; forzando leggermente gli eventi si potrebbe affermare che la storia della televisione nasce ancora prima, quando nel 1818 Berzelius scoprì un elemento chimico, che chiamò *selenio*, dal nome greco della luna. Egli si accorse che esponendo questo elemento a differenti intensità di luce, la sua capacità di conduzione della elettricità variava. Oggi chiamiamo questo fenomeno *effetto fotoelettrico*.

Gli anni tra il 1868 e il 1887 segnano un momento cruciale nella storia della televisione e a questo periodo si possono far risalire le prime ricerche propriamente sperimentali sulla televisione. I primi ricercatori si ispirano direttamente, come già in fotografia, all'occhio umano, considerato il più antico e perfetto apparecchio televisivo. Come è noto, le immagini che si formano sulla retina nel fondo dell'occhio, vengono da questa trasformate in impulsi nervosi, a loro volta trasmessi dal nervo ottico al cervello, che li ritrasforma in sensazioni luminose. Chi per primo affrontò il problema della televisione non fece altro che tentare di riprodurre i fenomeni che si verificano nella visione umana.

Con l'avvento delle cellule al selenio, le cui proprietà ricordano quelle delle cellule fotosensibili della retina, si pensò di costruire un sistema ricevente-trasmittente di televisione formato da una specie di retina elettrica composta di moltissime fotocellule al selenio accorpate a mo' di mosaico. Nel 1868 il fisico inglese Philip Carey progettò un apparecchio basato sull'effetto fotoelettrico: dato che questo permetteva di variare la corrente elettrica in proporzione alla intensità di un raggio luminoso, doveva essere possibile scomporre una immagine in diverse intensità di luce e trasformare poi la luce in impulsi elettrici corrispondenti da inviare lungo un filo.

Carey immaginò di collocare un mosaico di fotocellule al selenio sul fondo di una scatola nera munita di obiettivo. L'immagine reale del soggetto, da televedere, veniva così a formarsi sul mosaico fotosensibile, le cui cellule avrebbero dovuto essere collegate l'una all'altra mediante conduttori a lampadine elettriche prive di inerzia non meglio definite. Il complesso delle lampadine riceventi doveva essere sistemato su un pannello, in tutto identico per ordine e disposizione degli elementi al mosaico fotosensibile. Un raggio luminoso, colpendo il mosaico trasmettitore su una determinata fotocellula avrebbe provocato l'accensione della lampadina corrispondente. L'immagine reale proiettata sul mosaico fotosensibile avrebbe così determinato la ricostituzione, per piccoli elementi, di una identica immagine sul pannello ricevente. Questo apparecchio non fu mai realizzato, ma il principio del mosaico fotosensibile venne ripreso più tardi da Wladimir Zworkyin per l'invenzione dell'*iconoscopio*, organo elettronico di ripresa delle immagini che è una pietra miliare della televisione moderna.

Nel 1877 l'americano Sawyer e il francese Leblanc applicarono per la prima volta il concetto dell'analisi dell'immagine per elementi successivi, utilizzando una sola fotocellula per la trasduzione luce-corrente dei singoli elementi. La formazione dell'immagine e la sua sintesi avvenivano nel tempo di  $1/20$  di secondo grazie a ingegnosi sistemi elettromeccanici sincronizzati.

Questi sistemi di analisi e di sintesi dell'immagine, per quanto geniali, avevano tutti il medesimo difetto di essere difficilmente realizzabili, ma nel 1884 Paul Nipkow immaginò e costruì un dispositivo di analisi e di sintesi veramente semplice e pratico: il *disco analizzatore con fori a spirale*, che fu poi detto *disco di Nipkow*. Si tratta di una vera e propria televisione meccanica composta da un disco analizzatore opaco che porta nella corona periferica una serie di fori disposti lungo una spirale e che si frappono, in emissione, fra l'obiettivo della scatola nera e la fotocellula, mentre in ricezione è posto fra la sorgente di luce modulata e l'occhio dell'osservatore. L'invenzione del disco di Nipkow diede il via a una nuova fase di sperimentazione. Da essa sono derivati il disco a lenti di Brillori, la ruota a specchi di Weiler, e la spirale a specchi. Ma nonostante i grandi progressi fatti nessuno di

questi congegni era veramente utilizzabile in pratica; restava insoluto il problema principale, e cioè come amplificare le deboli correnti generate dalla fotocellula.

Nel 1911 alla Röntgen Society di Londra fu letta una relazione che descriveva un sistema basato su un tubo a raggi catodici che comprendeva tutte le caratteristiche fondamentali della moderna televisione. Questo sistema divenne noto come *esplorazione elettronica* dell'immagine, ma non fu sviluppato a quel tempo perché mancavano gli amplificatori adatti.

Nel luglio del 1915 la rivista "Wireless World" pubblicò il suo primo articolo sulla televisione, in cui l'autore si mostrava alquanto scettico sulle possibilità di trasmettere immagini via etere, pur ammettendo che la trasmissione via filo era invece già realizzabile.

È un fatto che fino al 1919, quando iniziarono gli esperimenti di Zworykin nei laboratori Westinghouse, l'evoluzione della radio e della televisione procedeva su binari ben distinti. E anche nel caso di Zworykin si deve parlare di una coincidenza più che casuale; a quel tempo, come si ricorderà, le aziende elettriche americane erano impegnate a sperimentare in tutte le direzioni; niente di strano quindi che allo scienziato russo fosse concesso di esplorare un settore nuovo come la televisione. Come non bastasse, mentre la radio era già ampiamente immersa nella tecnologia elettronica, la sperimentazione televisiva si muoveva sul versante meccanico e elettromeccanico. Non a caso quando la televisione fu presentata al pubblico per la prima volta, da John L. Baird nel 1926 ai magazzini Selfridges di Londra, l'immagine che i clienti videro era prodotta da un apparecchio meccanico. La televisione di Baird era un incredibile arnese composto da una vecchia cassa da tè su cui era montato un motore che faceva ruotare un disco di Nipkow a trenta fori, da una fotocellula al cesio posta in condizione di vuoto e alloggiata dentro una scatola di biscotti per la trasmissione, e da una lampada al neon per la ricezione. L'immagine era così suddivisa in trenta linee di analisi verticale. Con questo astruso marchingegno Baird riuscì a trasmettere a tre metri di distanza la ripresa di una *croce di Malta*.

Zworykin invece lavorava a un sistema elettronico e già nel 1923 fu in condizione di dare una dimostrazione pratica

per quanto ancora molto primitiva. Nel 1924 la RCA riuscì a trasmettere attraverso l'Atlantico una fotografia di Charles Evans Hughes, che era in effetti un singolo fotogramma di una immagine televisiva, e dal 1926 la stessa compagnia inaugurò un servizio commerciale di telefotografia transatlantica. Nel 1928 fu realizzata la prima commedia televisiva, *The Queen's Messengers*, eseguita davanti a una telecamera fissa nella stazione sperimentale W2XAD della General Electric a Shenectady. L'anno seguente Zworykin, passato ai laboratori RCA, brevettò il suo *iconoscopio*, organo interamente elettronico che consentiva l'analisi dell'immagine da trasmettere con una finezza di grana paragonabile ai migliori *cliché* a stampa. Poco tempo dopo fu la volta del *cinescopio*, organo elettronico di ricezione, e con queste due fondamentali innovazioni la televisione moderna poté cominciare a camminare. Nel 1935 la RCA decise di investire un milione di dollari nello sviluppo del nuovo mezzo.

In Gran Bretagna la BBC cominciò a interessarsi al nuovo mezzo molto prima delle compagnie radiofoniche americane. Già nel 1929 iniziarono le trasmissioni sperimentali con il sistema Baird; il successo fu scarso; solo trenta utenti per i programmi che Baird stesso trasmetteva da Oxford Street per cinque ore alla settimana.

In quello stesso anno vedeva la luce il sistema Marconi-EMI di televisione elettronica, e nonostante il distacco con cui il pubblico sembrava ricevere il nuovo mezzo, la competizione fra i due sistemi cominciò a farsi più accesa. Benché a tutto il 1932 fossero solo cinquecento gli apparecchi televisivi venduti dalla compagnia di Baird nella zona di Londra (che allora rappresentava tutta l'Inghilterra televisiva), l'idea di un servizio televisivo cominciava a prendere piede. Dal momento che la BBC operava in condizioni di monopolio toccava a lei decidere quale sistema, tra l'elettronico e il meccanico, era il migliore. Nel 1935 la BBC istituì una stazione televisiva sperimentale all'Alexandra Palace, situato idealmente in cima a una collina nella zona nord di Londra, e qui allestì due studi, uno per Baird e uno per la Marconi-EMI. Per tutto l'anno furono condotti esperimenti comparati e nel febbraio del 1936 la scelta cadde sul sistema elettronico.

Preso questa decisione gli eventi si susseguirono rapida-

mente. Il 2 novembre di quello stesso anno la BBC inaugurava il primo servizio televisivo regolare del mondo.

Inizialmente i programmi televisivi non erano altro che normali programmi radiofonici cui si aggiungeva l'immagine degli artisti di fronte al microfono. Come la radio era debitrice al teatro, alla musica, alla stampa, delle sue prime forme espressive, così la televisione esordì mimando la radio. Ma questo tipo di programmi non durarono a lungo; prima furono introdotte vere e proprie scenografie, poi il microfono scomparve dallo schermo. Si cominciarono a trasmettere intere commedie teatrali che venivano riprese direttamente in teatro, seguendo anche qui l'esempio della radio che, prima di disporre di *studios* sufficientemente attrezzati, andava nei teatri e da lì trasmetteva gli spettacoli prescelti.

Quindi vennero le trasmissioni televisive dei grandi eventi come l'incoronazione di re Giorgio VI, seguite a ruota dalle prime « dirette » di grossi spettacoli sportivi: il Derby, la regata, il torneo di Wimbledon. La televisione inglese d'anteguerra non progredì comunque di molto. Il 1 settembre del 1939, nell'imminenza del conflitto mondiale, le trasmissioni furono sospese.

Anche in America, come in Gran Bretagna, lo scoppio della seconda guerra mondiale mise un freno all'espansione del nuovo mezzo. Dopo vari anni di sperimentazione la RCA aveva presentato il suo sistema di televisione elettronica alla Fiera Mondiale di New York, nel 1939, alla presenza di Franklin D. Roosevelt, che così fu il primo uomo di stato ad apparire sui teleschermi. Il 1 luglio del 1940, la NBC inaugurava il primo servizio televisivo commerciale d'America, che trasmetteva per quindici ore alla settimana, seguita a ruota dalla rivale CBS. Come già in Gran Bretagna, la risposta iniziale del pubblico, ormai abituato alla radio, fu alquanto scarsa: alla fine del 1940 la RCA aveva venduto soltanto cinquecento apparecchi televisivi, più o meno lo stesso numero di Baird nel 1932! Grandi *companies* elettroniche come la American Telephone & Telegraph, che pure erano state all'origine della radio e che dominavano il settore delle comunicazioni, mostravano per il nuovo mezzo un interesse limitato. La *televisione*, pensavano alla AT & T, non aveva un futuro nelle comunicazioni di massa, non avrebbe seguito cioè la strada della radio fino a rivaleggiare e trionfare

infine su questa. Il futuro della televisione doveva essere nelle comunicazioni interpersonali, come integrazione al telefono; così la AT & T, sovrana nel settore telefonico e telegrafico, prese la strada che avrebbe più tardi condotto al *videotelefono* e, in generale, alla trasmissione di immagini via cavo.

Il 7 dicembre del 1941 la CBS inaugurava l'era della informazione televisiva trasmettendo la notizia dell'attacco giapponese a Pearl Harbour; pochi mesi dopo, con l'entrata in guerra degli Stati Uniti, la Federal Communication Commission sospendeva il rilascio delle licenze televisive e proibiva la costruzione di nuovi impianti. Le stazioni esistenti non furono costrette a chiudere, ma obbligate a trasmettere programmi speciali dedicati alla difesa civile e all'addestramento sanitario.

Allo scoppio della seconda guerra mondiale la televisione in Gran Bretagna e negli Stati Uniti è quindi già una realtà, operante all'interno degli organismi radiofonici, BBC, NBC, CBS. La scelta del sistema elettronico, che risolveva gran parte dei problemi di qualità dell'immagine e di costruzione industriale degli apparecchi, apre la strada alla espansione del nuovo mezzo. Nei confronti della radio tuttavia la televisione è in forte soggezione. Pochi ne intravedono il ruolo futuro, e il successo popolare della radio, che il prossimo conflitto mondiale confermerà ulteriormente, sembra impossibile da scalfire.

Questa situazione permane fino alla fine degli anni '40 ma sarà completamente rovesciata nel decennio seguente.

### *La televisione e la radio fra il 1934 e il 1954*

Gli anni tra il 1934 e il 1954, mentre la televisione muoveva i primi passi e poi saggiava il suo potere, furono probabilmente l'*età dell'oro* per la radio, un'epoca assai più ricca e felice di quella *golden age* che i memorialisti della Marina americana hanno identificato nel primo conflitto mondiale.

Nonostante l'opposizione del mondo della stampa, degli organizzatori musicali e teatrali, è proprio sulla informazione, sulla musica, oltre che sulle produzioni drammatiche e sul varietà che la radio costruisce il suo predominio. In questi



vent'anni non solo la radio conquista quei milioni di ascoltatori che nessun altro mezzo aveva fino ad allora saputo attirare, ma si libera dalla soggezione ai generi classici e produce forme nuove.

Il *documentario* radiofonico, le *radiosintesi*, i *sonomontaggi*, gli stessi *notiziari* informativi non solo si distaccano nettamente da lontane origini giornalistiche e teatrali ma sono creature originali impossibili da concepire al di fuori della radio.

Il *radiodramma*, seguito con passione da milioni di ascoltatori in ogni parte del mondo dove la radio è attiva, non è la più banale ritrasmissione di un dramma teatrale, ma diventa una *forma* specifica di spettacolo. Quella assenza di immagini, che in epoca televisiva è apparsa a molti come un invalicabile limite espressivo, diventa in questo periodo uno straordinario vantaggio. Proprio perché non è limitata dalla rappresentazione di ciò che può essere visto, l'unico confine espressivo della radio sta nella estensione della immaginazione di chi ascolta. Effetti sonori, musica, dialoghi, anche il silenzio si possono combinare, integrare, sovrapporre per catturare il massimo dell'attenzione di un ascoltatore.

In questo periodo la radio riesce anche a vincere la diffidenza del mondo della cultura, rompendo il diaframma che la separava da non pochi intellettuali impermeabili al suo successo popolare. Figure di primo piano erano intervenute alla radio sin dalle origini: Pirandello, Trilussa, Grazia Deledda ai microfoni dell'EIAR italiana; Walter Benjamin cominciò a collaborare alla radio tedesca nel 1929 e tra il 1927 e il 1932 Bertolt Brecht elabora la sua *teoria della radio*; nel 1931 George Bernard Shaw aveva tenuto conversazioni ai microfoni della BBC e della CBS americana, ma il mondo ufficiale della cultura se ne tenne discosto a lungo. Questa barriera cominciò a essere superata negli anni trenta. Filippo Tommaso Marinetti in Italia vede nella radio l'ideale strumento futurista; in Inghilterra T.S. Eliot cura personalmente un adattamento radiofonico di *The Waste Land*, il suo poema forse più famoso. Ancora Benjamin in Germania scrive drammi per la radio come più tardi farà Dylan Thomas in Inghilterra e in America. Ma l'esempio più clamoroso delle potenzialità espressive del radiodramma si ha certamente in

America nel 1938 con la celebre trasmissione che Orson Welles trasse da *La guerra dei mondi* di H.G. Welles.

Racconta E. Barnouw nel secondo volume della sua storia del *broadcasting* americano...

Dopo molte polemiche i dirigenti della CBS si decisero a dare via libera e il programma andò in onda il 30 ottobre del 1938, una domenica sera...

**ANNUNCIATORE:** La Columbia Broadcasting System e le stazioni affiliate al network CBS presentano Orson Welles e il Mercury Theater on the Air ne *La Guerra dei Mondi*, da H.G. Welles. Signore e signori, ecco a voi il direttore del Mercury Theater, nonché stella di questa trasmissione, Orson Welles.

**WELLES:** Ormai sappiamo che nei primi anni del XX secolo questo mondo era attentamente osservato da esseri più intelligenti dell'uomo e tuttavia come lui mortali. Ormai sappiamo che mentre gli uomini erano impegnati nei loro molti affari, venivano analizzati e studiati, forse così da vicino come un uomo può analizzare le creature che si affollano e si moltiplicano in una goccia d'acqua. Attraverso un immenso golfo etereo, menti che stanno alle nostre menti come le nostre a quelle delle belve nella giungla, intelletti vasti, freddi e nemici, guardavano alla terra con occhi pieni di invidia, e lentamente preparavano i loro piani contro di noi. Nel trentanovesimo anno del secolo XX venne la grande disillusione.

Era quasi la fine di ottobre, gli affari andavano meglio. Il timore di una guerra era superato. Gli uomini ritrovavano un impiego. Il commercio rifioriva. In quella sera particolare del 30 ottobre, gli indici d'ascolto Crossley valutavano che trentadue milioni di persone fossero all'ascolto delle loro radio.

**ANNUNCIATORE:** Per le prossime ventiquattro ore non sono previsti mutamenti di temperatura. Un'area di bassa pressione sugli stati del nord-est porta una previsione di pioggia, accompagnata da venti di leggera intensità. Massima temperatura 66 gradi fahrenheit, minima 48. Queste previsioni del tempo sono a cura dell'ufficio meteorologico del governo.

E adesso andiamo nella Meridian Room dell'Hotel Park Plaza nel centro di New York, dove potrete divertirvi con la musica di Ramon Raquello e della sua orchestra.

A questo punto, come ben si immagina, molti ascoltatori erano perplessi. Di colpo si trovavano ad ascoltare un'orchestra di serie B in diretta da un albergo. Che fosse tutto vero o tutto falso che importanza poteva avere? Ma nel giro di pochi secondi la trasmissione fu interrotta...

ANNUNCIATORE: Signore e signori, interrompiamo il nostro programma di musica da ballo per trasmettere un bollettino speciale dell'*Intercontinental Radio News*. Alle otto meno venti, il professor Farrell dell'Osservatorio Astronomico di Mount Jennings, a Chicago, Illinois, ha comunicato di aver osservato diverse esplosioni di gas incandescente, a intervalli regolari, sulla superficie del pianeta Marte. Lo spettroscopio indica che si tratta di idrogeno e che si muove a enorme velocità verso la terra. Il professor Pierson dell'Osservatorio di Princeton conferma le osservazioni di Farrell e descrive il fenomeno come « il getto di fiamma bluastro sparato da un fucile ». Ora torniamo alla musica di Ramon Raquello. (Musica, rumore di applausi sullo sfondo.)

ANNUNCIATORE: E ora una melodia che gode sempre i favori del pubblico, *Star Dust*.

ANNUNCIATORE 2: (interrompendo) Signore e signori, facciamo seguito alle notizie del bollettino precedente. L'ufficio meteorologico governativo ha chiesto a tutti gli osservatori astronomici del paese di tenere sotto osservazione il pianeta Marte. Data l'eccezionalità dei fenomeni osservati abbiamo organizzato un'intervista con il famoso astronomo professor Pierson. Siamo pronti a portarvi con noi all'Osservatorio di Princeton dove Carl Philips, il nostro commentatore scientifico, intervisterà il professor Pierson.

PHILIPS: Buona sera signore e signori. Qui è Carl Philips che vi parla da...

Dopo qualche minuto arrivò la notizia che un oggetto era atterrato in una fattoria del New Jersey. Con un immediato, fittizio collegamento gli ascoltatori sentirono un corrispondente che descriveva una creatura emergente dall'oggetto, un essere che lanciava raggi incendiari. Questa « descrizione dal vivo » fu improvvisamente interrotta per « cause indipendenti dalla nostra volontà ». Seguirono altre corrispondenze da altre zone del paese; dovunque erano segnalati sbarchi di marziani.

In breve i centralini telefonici della radio, dei giornali, delle stazioni di polizia di tutto il paese furono invasi da centinaia di telefonate che chiedevano cosa stesse succedendo. Ma molti non persero tempo a telefonare. Alle venti e trenta le strade e le autostrade del paese erano percorse da migliaia di automobili in fuga. La gente tirò fuori le maschere antigas della guerra del '14; i marinai in licenza nel porto di New York furono richiamati alle loro navi. In varie parti del paese, mentre la gente scappava in preda al panico, non furono pochi quelli che affermarono di aver visto i marziani.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> E. Barnouw, *The Golden Web, History of Broadcasting in the United States*, vol. 2, pp. 86-88.

D'altra parte « lo aveva detto la radio ». Questo episodio è stato spesso citato come primo esempio dello straordinario potere raggiunto dal mezzo radiofonico, ed è stato oggetto di innumerevoli studi socio-psicologici. Ma a noi qui interessa notare come si trattò di uno straordinario pezzo di *teatro* radiofonico che sarebbe stato impossibile eseguire senza far uso di tutte le potenzialità del mezzo. È certamente vero che il clima internazionale, avvelenato dal fragile patto di Monaco siglato un mese prima, era propizio a innescare fenomeni di isteria di massa; è vero anche che la radio era già considerata, almeno a livello popolare, come una fonte di assoluta fiducia. Ma Welles riuscì a *fare teatro* sfruttando questi due elementi e soprattutto costruendo il programma sugli elementi caratteristici del mezzo: la possibilità di saltare da un luogo all'altro, la corrispondenza in diretta, i rumori, i suoni, i silenzi...

Non è un caso che un esperimento analogo tentato, questa volta scientemente, dalla televisione americana qualche anno dopo, finì in un fiasco. L'immagine, almeno quella ottenibile allora, non permetteva di giocare sulla suggestione del pubblico.

In quegli anni insomma la radio scoprì la sua specificità e portò fino alle estreme conseguenze, come abbiamo visto, l'arte della immaginazione. Se il *radiodramma* raggiunse altissimi vertici espressivi, altri generi furono inventati che la radio ha portato al successo e, spesso, trasferito alla televisione. Tra questi i *programmi a quiz*, sia quelli con i concorrenti in studio sia quelli basati sul collegamento telefonico con gli utenti. In Italia, come in America, questi programmi raggiunsero incredibili successi.

La guerra poi diede alla radio un impulso fenomenale. Come il primo conflitto mondiale era servito a mettere a punto la tecnologia necessaria al boom della radio negli anni '20, così la seconda guerra mondiale servì a rafforzarne il ruolo egemone fra i mezzi di comunicazione, a potenziarne le strutture informative, a diversificare in qualche caso l'impianto della programmazione.

In Gran Bretagna, per esempio, la guerra ebbe inizio con l'annuncio ufficiale di Chamberlain che il 3 settembre 1939, alle 11,15, comunicò via radio alla nazione l'inizio delle ostilità.

Harold Nicholson descrive come udì la trasmissione a casa di un amico nel West End londinese:

Eravamo nel salotto. Il mio ospite non aveva un apparecchio radio, ma la sua cameriera ne possedeva uno e ce lo portò poco dopo le undici. Può apparire strano che nel 1939, in una casa benestante, ancora non ci fosse la radio, e che invece la cameriera ne avesse una per sé. Ma non è strano perché in taluni circoli la radio non era ancora stata accettata, la si considerava un divertimento per le masse che le persone colte e intelligenti avevano il dovere di non ascoltare...<sup>1</sup>

La guerra fece rapidamente giustizia di questa attitudine. Un apparecchio radio, capace almeno di ricevere i bollettini informativi divenne presto una necessità vitale. Perfino i più esclusivi club del West End si dotarono di altoparlanti e anche la Camera dei Comuni fece installare gli altoparlanti nelle sale di riunione delle commissioni parlamentari.

Se nel 1914 il governo aveva obbligato alla chiusura le emittenti radiofoniche del tempo, in questa circostanza aveva tutto l'interesse a che ciascuno avesse accesso a una radio, per mantenere un contatto diretto e immediato con il pubblico. Con lo scoppio delle ostilità la radio inaugurò anche in Gran Bretagna l'era delle notizie istantanee: qualsiasi informazione importante veniva trasmessa non appena ricevuta. Le trasmissioni della BBC divennero importanti non solo per gli inglesi ma anche per le popolazioni dei paesi occupati e per chiunque, nel mondo, cercasse di capire che cosa stava esattamente succedendo. In questo periodo la BBC infatti si costruì la sua fama di attendibilità e di equilibrio; paragonato alle trasmissioni propagandistiche delle radio dell'Asse, il bollettino informativo che Radio Londra trasmetteva in decine di lingue era un esempio di straordinaria aderenza alla realtà. Ma la radio di guerra non servì soltanto a tener su il morale in patria e all'estero. Dovendo trasmettere programmi speciali per le truppe, sia quelle al fronte sia quelle in addestramento, la BBC fu costretta a modificare il proprio palinsesto. Caddero così alcuni steccati che resistevano dai tempi di Reith; per esempio le trasmissioni di musica da ballo alle sei del mattino, quando i soldati si svegliavano, o durante l'ora di pranzo, in un periodo cioè che Reith

<sup>1</sup> Harold Nicholson, *Diaries and Letters 1938-1962*, cit. in G.E. Wedlake, *S.O.S. Communication*, *op cit.*

aveva stimato privo di pubblico; in generale, a parte l'incremento della componente informativa, il periodo bellico servì a portare nelle case inglesi programmi molto più leggeri di quelli che l'austera impostazione delle origini aveva diffuso fino ad allora. Ma la radio, naturalmente, fu impiegata anche per far partecipare alla realtà della guerra quelli che non la vivevano direttamente. Alle 9,15 del 14 luglio 1940, per esempio, Charles Gardner corrispondente di guerra della BBC trasmise in diretta dalle colline di Dover una delle prime battaglie aeree fra i caccia inglesi e tedeschi nei cieli della Manica.

In tutti i paesi in conflitto la radio divenne un mezzo di collegamento vitale fra governo e popolo. Per rendersene conto basta guardare i dati dell'incremento nel numero di ricevitori tra il 1938 e il 1946.

---

Incremento nel numero di ricevitori radio in Europa 1938-1946

Fonte: G.E. Wedlake, *op. cit.*

(dati in migliaia)

---

	1938	1946
Bulgaria	34	205
Cecoslovacchia	1.000	1.616
Francia	4.166	5.577
Spagna	300	400
Unione Sovietica	4.550	9.300
Altri paesi	7.192	18.361
<hr/>		
Totale Europa *	17.242	35.459

---

\* Gran Bretagna e Germania escluse.

L'egemonia della radio continua anche nell'immediato dopoguerra; nel 1954, quando la penetrazione televisiva in alcuni paesi ha già raggiunto livelli significativi, il numero di apparecchi radio in circolazione nel mondo supera per la prima volta il numero di copie di giornale quotidianamente stampate:

copie di giornali    256 milioni  
 apparecchi radio    257 milioni

È un dato questo che, seppure statisticamente poco significativo, può essere preso a emblema dell'assoluto predominio conquistato dalla radio fra i mezzi di comunicazione di massa del tempo.

Alla fine delle ostilità la BBC riprende immediatamente le trasmissioni televisive sospese nel settembre del 1939. Mentre procede a installare i ripetitori necessari a garantire la copertura televisiva del paese, la BBC avvia la diversificazione della radio.

Fino al 1945 la radio aveva operato su un unico canale, concentrando e mischiando in esso tutta la sua programmazione. L'esperienza bellica, con lo straordinario successo di trasmissioni leggere, musicali e di intrattenimento, consigliava di dare continuità e possibilmente autonomia a questo tipo di programmi. Non bisogna dimenticare, fra l'altro, che sin dai primi anni '30 arrivavano in Inghilterra le trasmissioni di *Radio Luxembourg*, forse la prima emittente commerciale europea (certo la più potente), che si rivolgeva, e con un certo successo, al pubblico internazionale. Questa stazione mandava in onda un programma di carattere fortemente demagogico: concorsi, giochi radiofonici, spettacoli di diletanti, *feuilleton* a buon mercato, conditi dalla pubblicità sul modello delle radio americane. Agli inizi la BBC non si preoccupò della minima concorrenza, ma piano piano il successo popolare di quel tipo di programmi cominciò a dare fastidio. Nel 1945 nasceva il secondo canale radiofonico BBC (*Light*) per fornire una programmazione leggera intesa a soddisfare i gusti del pubblico di massa e per arginare la concorrenza di *Radio Luxembourg*. Nel 1946 la diversificazione era ulteriormente accentuata e completata dal varo del terzo canale radiofonico dove furono concentrati i programmi culturali più impegnativi. Con questo assetto che cercava di soddisfare tutti i possibili gusti la BBC si avviò a entrare serenamente nell'epoca della televisione.

Gli abbonati alla radio, come si può vedere dalla tabella che segue, passano da 10.713.298 del 1947 agli 11.819.190 del 1950, prima di cominciare a calare in corrispondenza all'incremento dell'*audience* televisiva.

	RADIO	RADIO & TV
1947	10.713.298	14.560
1948	11.081.977	45.564
1949	11.567.227	129.567
1950	11.819.190	343.882
1951	11.546.925	763.941
1952	11.244.141	1.449.260
1953	10.688.684	2.142.452
1954	10.125.512	3.248.892
1955	9.414.224 *	4.503.766
1975	...	17.700.815

Abbonati alla BBC 1947-1975 (fonte Asa Briggs, *Sound and Vision, A history of broadcasting in the United Kingdom*, vol. 4, Oxford University Press, 1979)

\* Dal 1955 gli abbonamenti alla radio e alla televisione vennero unificati.

Negli Stati Uniti la fine della guerra coincise con il rilancio della televisione, fin lì congelata dai programmi ufficiali del periodo bellico. Fra il 1945 e il 1948 si ebbe una certa espansione, ma i dubbi d'anteguerra sull'efficacia del nuovo mezzo nei confronti del pubblico agivano come da freno. In quei tre anni le stazioni televisive salirono a 108, ma la loro distribuzione era molto ineguale. New York e Los Angeles avevano già sette stazioni TV a testa; Houston, Kansas City, Milwaukee, Pittsburgh e St. Louis ne avevano una sola; Austin, Denver, Portland, per non citare che alcune delle maggiori, non ne avevano addirittura. Il problema delle interferenze, insieme a quello degli *standards* di trasmissione e a quello del *colore* che era già stato messo a punto, convinsero la FCC a sospendere di nuovo il rilascio delle frequenze nel 1948. Fino al 1953, complice anche la guerra di Corea, il *licence freeze*, come fu chiamato, rimase in vigore, contribuendo a creare una situazione abbastanza anomala. I grandi investimenti pubblicitari infatti continuavano a riversarsi sulla radio, l'unica che garantisse una copertura a *network*, cioè su tutto il paese; peraltro, nelle città dove la televisione era già operante, la pubblicità cominciò a spostarsi sul nuovo mezzo.



Accadeva così che, mentre in una data zona chiudevano stazioni radio, altre poco più in là conoscevano un boom straordinario. La presenza stessa della televisione incideva sull'*audience* riducendola, ma quella che restava fedele alla radio doveva essere mantenuta il più a lungo possibile. Le vendite di apparecchi radiofonici, unico modo per cogliere l'andamento statistico del rapporto fra radio e televisione negli Stati Uniti, rimangono tra il 1948 e il 1950 molto elevate, nonostante una tendenza chiara alla flessione:

---

Apparecchi radio venduti, volume d'affari in dollari

1948	198.966.000 dollari
1949	187.800.000
1950	183.069.000

---

Da: *Broadcasting Yearbook 1952*, Washington.

---

La caccia disperata al pubblico che rimaneva fedele alla radio ebbe naturalmente come risultato un colossale appiattimento della programmazione che si trovò ad essere praticamente la stessa su tutti i *networks*. Fu il trionfo dei *quiz* e degli spettacoli di intrattenimento domestico affidati agli eroi del *vaudeville*: Bob Hope, Bert Parks, Fred Allen, si disputavano a colpi di gag i favori del pubblico, gli indici di gradimento e l'attenzione degli sponsor. Come alcuni hanno notato,<sup>1</sup> la radio dei primi anni '50 era molto simile a quella dei primi anni '30, quando per lanciare il nuovo mezzo si saccheggiava senza pietà lo spettacolo leggero tradizionale. Ma l'avanzata della televisione era inarrestabile: un milione di apparecchi TV nel 1949 diventarono dieci milioni nel 1951, prima ancora che la FCC decidesse di dare via libera alla televisione. Con la fine del *congelamento delle licenze*, nel 1953, la televisione americana poté finalmente decollare, e lo fece in modo impressionante. Nel periodo 1953-1957 le stazioni trasmettenti passarono da 108 a più di 500, mentre nel 1957 erano già cinquanta milioni le case dotate di un apparecchio televisivo almeno, e cioè il 90% di tutte le case

<sup>1</sup> E. Barnouw, *op. cit.*

americane. Nel 1958 le indagini statistiche valutavano a cinque ore al giorno il tempo medio trascorso dagli americani davanti al televisore.

L'espansione prodigiosa della televisione produsse naturalmente una serie di contraccolpi notevoli: le sale cinematografiche cominciarono a chiudere. Nel solo 1951 nelle città americane con almeno una stazione televisiva in funzione la frequenza ai cinema cala di colpo del 30/40%; nelle zone ad elevata saturazione i cinema chiudono a catena: 70 in Pennsylvania, 134 nella California meridionale, 61 nel Massachusetts, 64 nella zona di Chicago; 55 nell'area metropolitana di New York. Teatri, ristoranti, club, persino gli avvenimenti sportivi cominciano ad attirare meno pubblico. Gli stessi fenomeni, seppure in misura minore, si registrano in Gran Bretagna e in tutti i paesi in cui la televisione comincia ad operare.

### *Caduta e resurrezione della radio*

Poteva la radio andare completamente esente da questo fenomeno massiccio di innamoramento per il nuovo mezzo? Evidentemente no. Infatti il pubblico radiofonico si assottiglia progressivamente. Dopo un periodo di equilibrio durato appena qualche anno il rapporto quantitativo fra radio e televisione comincia a pendere decisamente a favore della seconda, a partire dalla metà degli anni '50. Nel 1960 in tutto il mondo ci sono già 265 milioni di apparecchi televisivi; in soli dieci anni la televisione ha raggiunto le quote che la radio ha impiegato trent'anni a conquistare. Tuttavia, come abbiamo già detto, la radio non perisce, ma reagisce all'avvento della televisione che incide a nostro avviso a tre livelli.

Un primo livello, che è quello del confronto quantitativo, comporta il crollo dell'*audience* radiofonica, al quale diversi organismi reagiscono in modo differente. In Gran Bretagna la BBC può affrontare serenamente il contraccolpo sulla radio, almeno per tutto il tempo in cui il suo monopolio si estende anche alla televisione. Negli Stati Uniti i grandi *networks* si appropriano del nuovo mezzo redistribuendo gli introiti pubblicitari. A chiudere saranno le radio deboli in un primo momento; in seguito, mentre si arresta il flusso delle

affiliazioni alle reti nazionali, le *radio locali* trovano, proprio nella dimensione ridotta e nell'ambito locale, l'alveo giusto per una nuova espansione. Ovviamente alla perdita di pubblico corrisponde anche una perdita di immagine; il ruolo sociale della radio, fonte sicura di verità, passa rapidamente al mezzo più potente.

Un secondo livello di impatto è quello della riorganizzazione istituzionale. In America, come abbiamo detto, il sistema dei *networks* rimane sostanzialmente inalterato, così come sostanzialmente inalterata rimane la codificazione legislativa delle comunicazioni. La FCC impone un limite restrittivo al numero di stazioni che ciascun *network* può direttamente possedere, ma questo non serve certo a impedire quella configurazione oligopolistica che è caratteristica della scena radiotelevisiva americana sin dalle origini.

In Gran Bretagna, invece, qualcosa cambia. Sono in molti a ritenere che proprio l'avvento della televisione, riservata fino al 1954 alla sola BBC, sia la causa principale della rottura del monopolio pubblico e della trasformazione del modello inglese in un duopolio caratterizzato dalla presenza di una forte componente privata e commerciale. Con quali implicazioni per la radio? Non c'è dubbio che così come le emissioni di Radio Luxembourg, a partire dagli anni '30, avevano costituito una fonte di crescente disturbo per la radio pubblica, fino a contribuire almeno in parte alla sua diversificazione in tre canali, non si può escludere che la presenza della televisione commerciale con i suoi programmi « leggeri » miranti a gratificare, più che a modificare, i gusti più semplici del pubblico, abbia avuto un suo peso nel favorire la penetrazione delle cosiddette *radio-pirata* che per tutti gli anni '60 si conquistarono una fetta cospicua del pubblico soprattutto giovanile, trasmettendo dal di fuori delle acque territoriali inglesi.

Queste radio, di cui la principale fu senz'altro *Radio Carolina*, che trasmetteva da un battello ancorato al largo della costa orientale inglese, proponevano un modello radiofonico elementare direttamente derivato da Radio Luxembourg ma, se si vuole, ancora più semplificato, al cui centro stava l'ossessionante presenza del *disc jockey* di turno in un ininterrotto fragore musicale dove si sovrapponevano inserti pubblicitari, *jingles*, e parole in libertà.

L'obiettivo che i finanziatori di queste emittenti perseguivano era niente altro che la rottura del monopolio radiofonico e la penetrazione pubblicitaria sul ricco mercato inglese anche attraverso la radio, dopo che il mezzo televisivo era già stato commercializzato.

Dal successo di queste radio, che nulla avevano di *locale*, si giunse alla creazione di alcune *radio locali* private, come primo passo per la rottura del monopolio radiofonico pubblico. Di queste è senz'altro la più rappresentativa *Capital Radio*, nata nel 1968 per coprire la lucrosa area metropolitana londinese, e che in pochi anni conquistò più del cinquanta per cento dell'ascolto. L'operazione *commercializzazione* fu coronata da successo nel 1973, quando le competenze dell'*Independent Television Authority* vennero allargate alla radio attraverso la costituzione dell'*Independent Broadcasting Authority*.

Un terzo livello di impatto della televisione sulla radio, il più importante probabilmente, è quello della ristrutturazione organizzativa dei programmi, della modificazione indotta sullo stesso modello di fruizione della radio. È a questo livello che la radio ha saputo reagire nel modo migliore e a questo deve probabilmente la sua tenuta e, in parte, il suo rilancio recente.

La radio si rese presto conto che le sue possibilità di sopravvivere erano legate alla diversificazione, e ciò in misura tanto maggiore quanto la concentrazione massiccia delle trasmissioni era una necessità per la televisione. A ciò si deve la rinascita delle radio locali negli Stati Uniti che hanno saputo dare al pubblico qualcosa che né i *networks* radiofonici né tantomeno la televisione era in condizione di offrire: contatti diretti, realtà locali, programmi specializzati. Allo stesso modo le grandi organizzazioni radiofoniche pubbliche europee hanno saputo rinunciare al proprio dispotismo illuminato teso a offrire al pubblico « qualcosa di più e di meglio di quello che esso crede di amare » secondo i dettami della filosofia di Reith. A questo fine ciascun programma, o per meglio dire ciascuna rete, sono stati orientati a un pubblico specifico, tenendo conto della varietà dei gusti. Fu proprio in questa fase di riorganizzazione che entrarono in scena gli apparecchi radio a transistor; contrariamente alla televisione questi non esigono che l'ascoltatore concentri l'attenzione

su un punto fisso dello spazio, ma sono leggeri e possono essere trasportati ovunque. La loro introduzione ha comportato un cambiamento nel comportamento d'ascolto e un incremento di pubblico considerevole. La modulazione di frequenza, e poi la stereofonia, che hanno enormemente migliorato la qualità di ricezione della musica, hanno ulteriormente consolidato la posizione della radio. La programmazione stessa ha cominciato a tenere conto della nuova situazione di ascolto; si è capito che non era più il caso di rivolgersi a utenti necessariamente attenti, ma che bisognava inserire i programmi nella vita quotidiana della gente, offrire qualcosa che potesse essere fruito in salotto come in automobile, in cucina come durante una passeggiata. La musica, per esempio, non poteva più essere considerata come un'arte pura, come una specie di tesoro racchiuso in una torre d'avorio, ma doveva diventare una specie di *arredamento* sonoro, entrare a far parte integrante della attività quotidiana.

Cercando di soddisfare i suoi diversi pubblici la radio si è trovata così a lottare contro il bisogno della televisione di attirare *audience* la più numerosa possibile; in contrasto la radio ha cominciato a presentare programmi a un tempo più omogenei e più specializzati.

Molti paesi hanno adottato una struttura radiofonica diversificata: un primo programma di interesse generale, che comprende soprattutto trasmissioni parlate, centrato sull'informazione, dove si evitano accuratamente emissioni di carattere culturale troppo impegnativo; un secondo programma, spesso di carattere regionale e comunque più popolare; un terzo programma, cosiddetto culturale, dedicato a una minoranza di ascoltatori dalle esigenze specifiche. In taluni paesi è stato avviato un quarto programma; è il caso della Francia dove la vecchia ORTF suddivise il suo terzo programma in due, *France-Musique*, interamente dedicato alla musica e *France-Culture*, dedicato alle emissioni culturali parlate.

È anche il caso della Gran Bretagna in cui la BBC diffonde su *Radio Four* le sue emissioni parlate, comprese alcune *pièces* teatrali; la musica seria e il teatro radiofonico su *Radio Three*; la musica leggera e il varietà su *Radio Two*, e la musica pop su *Radio One*, che è stato il programma di punta

per respingere la concorrenza delle stazioni pirata negli anni '60.

Nel campo dell'informazione, in cui la radio ha sulla televisione il vantaggio di essere più diretta, si è trasformato lo stile: i bollettini letti da una sola persona con voce neutra e anonima sono stati sostituiti da una presentazione più personale, spesso fatta dagli stessi giornalisti che hanno preso il posto degli annunciatori. Le trasmissioni che offrono consulenze giuridiche, informazioni su come coltivare un giardino o seguire una dieta, avvisi utili agli automobilisti, tutto ciò insomma che può soddisfare la curiosità, l'interesse, il bisogno di informazione specializzata, hanno avuto un grosso sviluppo.

Oggi la radio appare in pieno rilancio.

In Gran Bretagna BBC e IBA hanno avuto il permesso di raddoppiare da venti a quaranta in pochi anni le proprie emittenti locali. Il 1979 negli Stati Uniti è stato un anno di boom per la radio, sia quella locale sia quella affiliata negli otto *networks* attualmente operanti, su cui si è riversata una massa di investimenti pubblicitari come non si vedeva da anni. Il 1980 si presenta ancora migliore, grazie al fatto che la saturazione degli spazi pubblicitari in televisione ha fatto salire alle stelle il costo delle inserzioni. In quasi tutti i paesi europei, dalla Spagna alla Francia, dall'Olanda al Belgio alla Svezia le radio locali hanno fatto la loro apparizione sia come iniziative private sia come esperimenti di decentramento del servizio pubblico nazionale. In Italia le tremila radio locali nate negli ultimi cinque anni costituiscono addirittura un problema per la radio nazionale.

Se la radio ha saputo tenere la posizione di fronte a una televisione prigioniera del suo uditorio necessariamente di massa, è proprio grazie alla sua capacità di differenziarsi, di offrire alternative che possono catturare l'attenzione individuale di ciascun ascoltatore. La relativa semplicità della sua attrezzatura tecnica consente alla radio una flessibilità e una capacità di adattamento a contesti comunicativi diversi, che ne fanno ancora oggi un mezzo *unico*.

## Capitolo VII

### La radio come strumento di educazione e sviluppo

Raccontando le avventure della radio delle origini nei due paesi, Gran Bretagna e Stati Uniti, che abbiamo scelto perché sono i territori *storici* della nascita e dell'evoluzione del mezzo, abbiamo spesso citato gli sforzi di coloro che tentarono di orientare la radio in senso prioritariamente educativo. Si può anzi dire che la scoperta che il primo mezzo di comunicazione di massa poteva essere utilmente impiegato a scopi educativi è contestuale alla nascita e allo sviluppo della radio, ne è parte integrante al punto da costituire a lungo una opzione ricorrente, in qualche caso addirittura un'alternativa nelle politiche di programmazione.

#### *La radio come medium*

Per la prima volta nella storia dell'uomo è possibile con la radio parlare a tutti gli uomini contemporaneamente e senza distinzioni di censo, casta o cultura; per la prima volta è possibile annullare distanze fisiche e sociali, aggirare e superare barriere culturali, raggiungere luoghi e persone isolati, campagne e villaggi privi di infrastrutture. Nel 1939 gli abbonati alla radio in Germania erano già oltre 14 milioni, 10 milioni in Gran Bretagna; in Francia furono venduti in quello stesso anno sei milioni di apparecchi radio riceventi,<sup>1</sup> mentre i profitti dell'industria radiofonica americana che

<sup>1</sup> In Italia in quello stesso anno il numero degli abbonati non superava la cifra di 1.600.000, modestissima rispetto agli altri paesi, ma significativa rispetto ai 30.000 di dieci anni prima.

abbiamo citato danno un'idea dell'enorme estensione della radio in quel paese. Dato che ogni apparecchio radio domestico poteva essere ascoltato mediamente da tre-quattro persone appare chiaro come con la radio si configuri per la prima volta il concetto e la possibilità stessa di una *audience* di massa.

In quegli stessi anni il problema dell'educazione di massa, nato con la rivoluzione industriale, comincia a porsi in modo massiccio. Elevare le quote di educazione di base, innalzare il livello culturale medio della popolazione, allargare e estendere le opportunità formative sono esigenze dettate dalla logica stessa del mercato, dai bisogni dell'industria, nelle società sviluppate dell'occidente capitalistico, che si vanno rapidamente sostituendo alle preoccupazioni moralistiche e ai principi umanitari degli inizi del secolo e già prefigurano in qualche modo l'evoluzione consumistica post-bellica. La radio diventa in questa chiave uno strumento imprevisto e gravido di potenzialità straordinarie.

Prima ancora che le sue caratteristiche vengano pienamente dispiegate e utilizzate in chiave di omogeneizzazione e di controllo politico sono in molti a preoccuparsi che il nuovo mezzo sia messo al servizio di fini pubblici *moralmente* ineccepibili e primo fra questi l'educazione delle masse. È una educazione intesa nel senso più ampio: va dalla filosofia radiofonica di Reith, cui si ispira direttamente l'intera programmazione della BBC, pedagogicamente tesa a diffondere e consolidare a un tempo la morale vittoriana e l'etica dell'*establishment*, all'attività di educazione degli adulti propriamente detta; dai programmi di sensibilizzazione musicale della NBC ai consigli per gli agricoltori. È una impostazione che punta tutto, seppure genericamente, sulle caratteristiche proprie del mezzo. La radio è un mezzo acustico e immediato, e in quanto tale può veicolare parole, musica, rumore, cioè lezioni, conferenze, conversazioni, come in un'aula scolastica aperta a un pubblico smisurato. La radio è un mezzo *caldo* a forte contenuto emozionale e come tale può convogliare messaggi con una capacità di penetrazione che manca ad altri mezzi. Alla radio è possibile far parlare uomini eminenti che nelle aule scolastiche non entrerebbero mai; ma soprattutto la radio è, a quei tempi, unica e come tale viene impiegata, senza riflettere troppo sulle sue effet-



tive potenzialità educative. Questa riflessione verrà molto più tardi, in piena fase di trionfo televisivo, quando si comincerà a ragionare confrontando i diversi *media* e le loro reciproche capacità. Per il momento la radio è sola e ci si preoccupa dei contenuti da trasmettere molto più che del mezzo.

In termini di organizzazione dell'*audience* muovono i primi passi i *gruppi di ascolto* mentre qualcuno si preoccupa di integrare le trasmissioni radiofoniche con testi a stampa. Ma il formato imperante rimane quello della conversazione, al più cicli di lezioni radiofoniche rivolte a un pubblico genericamente adulto.

### *Educational radios e radio commerciali in USA*

Negli Stati Uniti la massiccia presenza delle istituzioni educative fra i depositari di licenze di trasmissione configura, al solito, un caso a parte; qui l'opzione educativa, lungi dall'essere parte integrante della programmazione media, si identifica in un certo senso con l'idea stessa di servizio pubblico radiofonico, e in quanto tale si contrappone alla crescente contaminazione pubblicitaria della radio commerciale sorretta e protetta, pur tra molti tentennamenti, dalla politica privatistica degli organi di controllo federale.

Il lettore ricorderà che nel 1923 i college e le università americane titolari di licenza di trasmissione erano ben 74. Nella maggior parte dei casi si trattava di istituzioni che avevano partecipato, attraverso propri docenti e studenti, alla fase pionieristica della radio, nei cui laboratori avevano visto la luce grandi e piccole innovazioni che avevano contribuito al perfezionamento tecnico del nuovo mezzo. Queste istituzioni erano rimaste nel campo radiofonico con una loro fisionomia precisa. La radio era il mezzo migliore per espandere allora l'educazione extra-murale e per sviluppare attività di *extension*, vale a dire quei corsi indirizzati in genere agli adulti che non potevano per ragioni finanziarie o di lavoro partecipare alla vita dell'università o del college a pieno tempo. In questo particolare settore la Columbia University di New York, una delle più prestigiose uni-

versità americane, si conquistò rapidamente una fama che ancora oggi l'accompagna. Contemporaneamente, grazie alla particolare struttura dell'istruzione superiore negli USA, dove la maggior parte degli istituti sono privati e vivono di fondi che singoli individui, società, fondazioni, decidono di versare loro, la radio si rivelò un eccellente strumento promozionale, utile a stimolare potenziali finanziatori delle istituzioni educative. L'università, o il college, che poteva far sentire la sua voce aveva maggiori probabilità di altri di ottenere l'attenzione di coloro che desideravano contribuire finanziariamente all'attività di educazione superiore.

Solo in qualche caso le istituzioni educative si erano spinte a concepire l'idea, rivoluzionaria per quei tempi, di veri e propri corsi regolari via radio che portavano all'acquisizione di un regolare diploma. Fra questi l'Università del Nebraska, che già dal 1922 offriva la possibilità di conseguire un diploma seguendo i corsi a domicilio, al prezzo di dodici dollari e cinquanta. L'idea di una *Università dell'aria*, che fece allora la sua prima apparizione nel vocabolario dell'educazione, ebbe la sua prima concreta sperimentazione con i corsi del Kansas State College, trasmessi dalla emittente privata KFKB di proprietà di John Romulus Brinkley, un curioso praticone di ricette miracolose che tramite la radio divenne uno dei personaggi più popolari e più odiati di tutti gli Stati Uniti, propagandando una sua cura contro l'impotenza maschile basata sugli ormoni di capra. L'emittente di Brinkley era così potente che già nel 1924 gli iscritti ai corsi del Kansas State College risiedevano in trentanove stati e in Canada. In quello stesso anno trecentoundici allievi conseguirono il primo diploma via etere della storia. Il battesimo dell'educazione radiofonica non poteva avere maggiore successo e insieme non poteva trovare situazione più infelice per svilupparsi. Brinkley arrivò a possedere una stazione da centomila watt, ma l'*Associazione Medica Americana* riuscì dopo vari anni a trascinarlo in tribunale per pratiche mediche illegali, e la FRC non rinnovò la licenza di trasmissione alla sua emittente. È vero che KFKB continuò egualmente a trasmettere, e che la popolarità del suo animatore non diminuì (nel 1933 Brinkley, presentatosi candidato senatoriale per il Kansas, fu sconfitto di strettissima misura), ma l'iden-

tificazione con la sua emittente non aiutò certo la diffusione dei corsi del Kansas State College.<sup>1</sup>

A parte questo caso comunque, le radio educative erano confinate sulla frequenza di 360 metri, dotate di scarsa potenza, costantemente alle prese con problemi finanziari, e assai malviste dalle concorrenti commerciali.

Ogni anno che passava accadeva così che qualcuna dovesse chiudere per mancanza di fondi. Nel 1925 si ritirarono in trentasette, e in coincidenza con la sospensione del rilancio di frequenze fu proprio sulle radio educative che si riversò l'appetito degli imprenditori commerciali che, acquistandone gli impianti, ottenevano di fatto, in stato di incertezza giuridica, il diritto a trasmettere.

In quello stesso anno una prima proposta perché si riservasse alla funzione educativa un certo numero di canali fu respinta. Nel 1928 cadono altre ventitré *educational radios*, e altre tredici nel 1929. Con il Radio Act del 1927 le radio educative vengono confinate in coabitazione con le radio commerciali, in genere assai più potenti, e come non bastasse si impedisce loro di trasmettere nelle ore notturne. Nel 1930 chiudono altre nove stazioni, e in quello stesso anno la Federal Radio Communication sancisce ufficialmente che

... le stazioni di proprietà pubblica, comprese quelle delle università e dei college di stato, non godono di alcun diritto speciale negli interessi del pubblico.<sup>2</sup>

Un anno prima, per opporsi alla progressiva decimazione delle radio educative, membri autorevoli del mondo accademico, personalità politiche e rappresentanti delle stazioni interessate avevano fondato il *National Committee on Education by Radio*, una associazione nazionale per la radio educativa che diede vita a una campagna in favore della riserva di un pacchetto di frequenze alle radio delle università. La contemporanea esplosione della grande crisi economica e la crescente insofferenza popolare nei confronti dei monopoli e del *big business* poteva in effetti favorire la politica del NCER, ma i neonati *networks* si mossero abilmente. Nel

<sup>1</sup> Sulla vicenda Brinkley si veda Gerald Carson, *The Roguish World of Doctor Brinkley*, Holt, Rinehart & Winston, New York 1960.

<sup>2</sup> E. Barnouw, *A Tower in Babel*, *op. cit.*

1930 nasceva, con il finanziamento delle fondazioni Carnegie e Rockefeller, il *National Advisory Council on Radio in Education*, un'associazione nazionale antagonista al NCER nel cui consiglio direttivo sedevano, oltre a rappresentanti del mondo accademico, personalità della grande industria, della finanza e soprattutto membri rappresentativi dell'industria radiofonica legata ai *networks*. In opposizione al NCER la politica del NACRE puntava sulla necessità di non scindere la funzione educativa della radio da quella spettacolare e commerciale; CBS e NBC fecero il resto dichiarando la propria completa disponibilità ad aprire spazi educativi nella programmazione, impegnandosi anche a garantirli dall'intrusione della pubblicità.

In quello stesso anno CBS lancia la *American School of the air*, una serie di lezioni e conferenze direttamente rivolte alle scuole superiori, e inaugura le trasmissioni dei concerti della New York Philharmonic sotto la direzione di Arturo Toscanini. La NBC non è da meno e mentre lancia programmi per gli agricoltori (*National Farm and Home Hour*), avvia la trasmissione di sceneggiati da testi classici (*Radio Guild*), e rafforza il suo programma di sensibilizzazione musicale per i giovani, *Music Appreciation Hour*, che secondo i dati dello stesso NACRE, sarebbe stato seguito da 150.000 scuole in tutti gli Stati Uniti.

Nonostante le professioni di fede e lo spiegamento in forze di eminenti accademici e uomini di cultura, il momento educativo sui *networks* perseguiva soltanto l'evidente obiettivo di coprirsi le spalle, da un lato contro i critici della commercializzazione, e dall'altro contro quelle forze che proponendo l'assegnazione di alcuni canali alle *educational radios* toglievano spazio vitale agli affiliati dei *networks*. Nel 1932 rimangono in vita soltanto ventiquattro stazioni di proprietà di università e college statali; di queste già dodici sono costrette ad accettare di trasmettere programmi sponsorizzati per restare in lizza.

In questi stessi anni la nazionalizzazione del sistema radiofonico canadese, che lascia ai privati solo stazioni di bassa potenza e fissa al cinque per cento il massimo di pubblicità consentita, e la situazione politica che prepara l'avvento di Roosevelt, danno nuovo slancio al NCER e alle *educational radios* per quello che sarà l'ultimo tentativo prima de-

gli anni '50 di ottenere all'educazione uno spazio adeguato.

Nel 1934 i senatori Wagner e Hatfield presentavano una proposta di legge che riserva il venticinque per cento dei canali radio disponibili alle emittenti non commerciali. Ancora una volta il momento politico è favorevole, con Roosevelt appena insediato alla Casa Bianca e una crisi economica senza precedenti da cui spira un vento di riforma che investe Wall Street e i grandi trust. Ma ancora una volta, l'azione combinata dei *networks*, che per la prima volta scatenano una campagna propagandistica utilizzando la radio, del NACRE e delle *lobbies* parlamentari, riesce a spuntarla. Il Senato respinge l'*emendamento Wagner-Hatfield* con 43 voti contro 28 a favore. Da questo momento in poi, fino al *Joint Committee on Educational Television* istituito dal FCC nel 1950, l'educazione alla radio americana sarà quella dei *networks* che si affrettano a istituire strutture e dipartimenti *ad hoc*. Le *educational radios* rimaste, una trentina fra pubbliche e private, sopravvivono alla meno peggio, segregate nella fascia diurna e costrette dalla bassa potenza dei loro impianti a subire le continue angherie di vicini più potenti.

### *La radio educativa pubblica in Gran Bretagna*

Completamente diverso, per restare nell'ambito dei nostri due paesi guida, è il caso inglese. Qui non si dà confronto competitivo fra settore pubblico e settore privato e la funzione educativa di massa della radio è implicita nella natura stessa dell'organizzazione radiofonica pubblica. Abbiamo detto dell'*ispirazione* pedagogica che governa la BBC di John Reith sin dalle origini intervenendo direttamente sul complesso della programmazione radiofonica, ma già nel 1923 all'interno della Company si avanzano proposte miranti a istituire un vero e proprio *dipartimento* specializzato nel *broadcasting* educativo. L'idea di una *wireless university*, una università radiofonica nazionale rivolta agli adulti, è però scartata in favore di un approccio meno formale che dà vita nel 1924, con il concorso dello *Adult Education Committee* e della *British Institution for Adult Education*, al primo ciclo regolare di conversazioni radiofoniche educative

accompagnate da un programma articolato stampato e diffuso in più di ventimila copie. Tre anni dopo nasce il *dipartimento di educazione degli adulti* della BBC e in quello stesso anno si istituisce la prima commissione di studio sull'impiego educativo della radio. Tra le varie raccomandazioni che la commissione formulò nel 1927 c'era anche quella favorevole a istituire una rete radiofonica nazionale interamente deputata a scopi educativi. È una proposta importante che, sebbene non accolta, continuerà a essere rappresentata fino ai giorni nostri anche in chiave televisiva. Importanti sono anche le motivazioni che, con varie sfumature, sono servite a respingere questa impostazione per oltre cinquant'anni. Separare l'educazione dalla programmazione normale, si disse allora, equivarrebbe a ghettilizzare il momento educativo togliendogli la possibilità di interagire positivamente con il resto dei programmi; il pubblico che seguisse il canale educativo finirebbe sostanzialmente emarginato dalla programmazione normale e gli stessi operatori non potrebbero beneficiare di un confronto costante e produttivo con i loro colleghi di altri settori radiofonici. Si tratta di motivazioni importanti, abbiamo detto, perché configurano un'impostazione programmatica, e quindi di politica culturale della radio, che punta a mantenere l'unità del mezzo come diffusore di informazione-cultura-evasione, una caratteristica che ha permesso al *broadcasting* britannico anche quando si è dato una organizzazione differenziata a più canali di rimanere meno vittima di altri della rigida compartimentazione in generi che caratterizza l'evoluzione della radio e poi della televisione. Proprio questa impostazione consentirà infatti alla BBC di mantenere quote di ascolto molto elevate anche per i programmi educativi, concepiti e prodotti in una logica radiofonica che non rinuncia mai a sfruttare tutte le potenzialità del mezzo. E nel contempo ha consentito al *broadcasting* inglese di affrontare la riflessione sull'impiego educativo della radiotelevisione assegnando, nell'esperienza della Open University di cui parleremo più avanti, precisi ruoli ai diversi mezzi di comunicazione.

Altre raccomandazioni della commissione di studio del 1927 furono invece accolte; in particolare quelle che invitavano a sviluppare un *ascolto organizzato*, attraverso la costituzione di gruppi selezionati di ascolto nelle scuole, nelle

università e presso istituzioni di educazione degli adulti. Questa iniziativa ebbe un grande successo tra il 1928 e il 1933, quindi perse mordente e fu progressivamente abbandonata.<sup>1</sup>

L'idea dell'ascolto organizzato, come alternativa, per le emissioni educative, alla casualità dell'ascolto normale, ebbe una diffusione abbastanza consistente in tutta l'Europa e anche negli Stati Uniti già prima della seconda guerra mondiale. Di fatto i *gruppi di ascolto*, spesso più teorici che reali entità, costituiscono una delle caratteristiche *classiche* della radio educativa che si attestò peraltro sui formati convenzionali della *lezione radiofonica*, sviluppando più che altro una vera e propria *arte* microfonica. Che fosse conversazione o ciclo di conversazioni, conferenze, o dibattito la radio educativa era essenzialmente *talk*, flusso di parole. Lo scopo dell'operatore radiofonico, così come del *lecturer* educativo, era essenzialmente quello di trovare il modo più efficace e meno noioso per trasmettere il messaggio, la nozione, il contenuto, alla sua *audience*. Così non si trovano radicali differenze fra i corsi radiofonici del *Department of Further Education* della BBC e i cicli di conversazioni delle *Lunch Time Lectures*, non almeno nel senso del formato e dell'uso della radio. I primi sono collegati vieppiù a materiali stampati e a gruppi di ascolto organizzato; i secondi si rivolgono genericamente al pubblico colto, affrontano problemi che non sarebbero pienamente comprensibili a chi fosse privo di una certa formazione di base o di un interesse specifico. Entrambi sono essenzialmente *talk*. I gruppi di ascolto si configurano quindi sin dalle origini come un espediente per supplire al limite di fondo della radio educativa, che è quello di non poter controllare l'effetto della trasmissione sul pubblico, ma in quanto tali sono strumenti limitati al di fuori di un'impostazione organica e definita della funzione educativa.

Dove invece i gruppi di ascolto trovarono uno sbocco straordinario, già prima della seconda guerra mondiale, ma soprattutto negli anni '50, è nel campo della educazione co-

<sup>1</sup> Sulla vicenda dei *listening groups* e sulle ragioni della loro crisi si veda Asa Briggs, *British Broadcasting, History of Broadcasting in the United Kingdom*, vol. 1, op. cit.

munitaria e nelle politiche di sviluppo attuate attraverso la radio nei confronti delle popolazioni rurali. In questi casi la forma prevalente fu quella delle cosiddette *tribune radiofoniche rurali*.

### *Le radio rurali: educazione per lo sviluppo*

La prima esperienza di tribuna radio rurale si ebbe in Canada già nel 1939, grazie all'azione combinata dell'*Associazione Canadese per l'educazione degli adulti*, della *Federazione canadese per l'agricoltura* e della *Canadian Broadcasting Company*.<sup>1</sup>

Nel periodo 1949/50, la tribuna rurale canadese, al suo apogeo, poteva contare su più di mille e seicento gruppi di ascolto diffusi in tutto il territorio di quello sterminato paese, con un ascolto costante di oltre trentamila persone che, data la natura specializzata dei programmi rivolti strettamente a una categoria sociale ben definita, deve considerarsi una cifra assai elevata.

Le prime trasmissioni di *farm broadcasting*, sollecitate peraltro da analoghe iniziative americane, erano concentrate nella fascia oraria 12.00/14.00, che ancora oggi è occupata dai servizi radiofonici per gli agricoltori. I programmi comprendevano rapporti dai mercati, notizie di interesse scientifico e soprattutto *serials*, sceneggiati a episodi che affrontavano in forma *drammatica* tutte le possibili situazioni di vita reale in cui poteva trovarsi una famiglia rurale tipo. Questo *formato* rappresenta, come è ovvio, un grosso salto rispetto alle *conversazioni*, tipiche della radio educativa. Può discutersi se la tribuna radio rurale canadese sia da considerarsi *radio educativa* e se non appartenga invece di diritto alla moderna idea di una radio di servizio. Tuttavia è da notare che quest'idea del *servizio*, è appunto una idea recente e costituisce comunque una variazione sul tema dell'educazione. D'altra parte la *tribuna rurale* nasce con intenti educativi molto precisi; attraverso i *serials* si tratta infatti di aiutare le famiglie rurali a risolvere problemi comuni e

<sup>1</sup> Vedi *La radiotelevision au service de l'education des adultes*, di Ignacy Waniewicz, Unesco, Paris 1972.



a un tempo di omogeneizzarne i comportamenti; le notizie dai mercati aiutano l'agricoltore a collocare il prodotto, ma l'informazione dettagliata sull'introduzione di nuovi sistemi di coltivazione o di nuove tecnologie costituiscono nella fattispecie dell'agricoltura un contributo di taglio squisitamente educativo. Non va dimenticato inoltre che erano gli stessi gruppi di ascolto a suggerire la composizione del programma e i temi dei *serials*, inaugurando per la prima volta una forma di *partecipazione* del pubblico alla programmazione radiofonica che sarà al centro di tutti i dibattiti sui mezzi di comunicazione di massa negli anni '70. E che si trattasse di una partecipazione niente affatto passiva è dimostrato dal fatto che la tribuna rurale canadese è andata modificandosi progressivamente di pari passo con lo sviluppo dell'agricoltura canadese, oggi una delle più ricche del mondo, e che ha saputo sempre adattarsi e articolarsi sulle esigenze dei diversi gruppi, situati ora in regioni dove prevalevano talune coltivazioni, ora in regioni dove all'agricoltura si affianca la pesca.

Questo formato radiofonico ha avuto importanti applicazioni, a partire dagli anni '50, nei paesi in via di sviluppo dell'Asia, dell'Africa e del Sud America.

In un *terzo mondo* generalmente privo di infrastrutture elementari, e con situazioni per lo più drammatiche di arretratezza, la *radio*, ereditata dalle potenze coloniali, diventa la *voce* dell'indipendenza conquistata, il primo strumento di comunicazione, il mezzo più efficace, più rapido e più economico per procedere all'unificazione politico-culturale di paesi spesso divisi, per lanciare colossali campagne di alfabetizzazione, per offrire consulenza tecnica, per dare a tutti un'educazione comune di base.

Grazie alla diversificazione dei ricevitori, alla miniaturizzazione e alla portatilità, la radio degli anni '50 può essere ascoltata in ogni circostanza, in casa propria o in luogo pubblico, nelle ore di riposo come in quelle di lavoro, in viaggio, da soli o in compagnia... In molti paesi e regioni in via di sviluppo la radio costituisce per la maggioranza della popolazione la sola fonte d'informazione e di consiglio; per gli analfabeti, che ancora sono una frazione importante dell'umanità la radio è spesso il solo mezzo educativo disponibile. Per coloro che vivono in regioni segregate o che, per

condizioni geografiche o climatiche sono separati dai centri amministrativi, culturali e politici, la radio è il solo collegamento con il mondo esterno. L'avvento dei transistor e delle batterie ha reso possibile l'ascolto della radio anche nelle regioni prive di elettricità. Se confrontati con quelli della televisione, i costi di produzione e di emissione della radio sono relativamente assai inferiori; non è quindi un caso se ancora di recente, nel 1978, un paese come la Tanzania ha deciso di rinunciare alla televisione per rinforzare la rete radiofonica quasi esclusivamente impiegata in funzione educativa.

Poiché la grande maggioranza dei paesi in via di sviluppo ha un'economia sostanzialmente agricola è ovvio che a ricevere i maggiori impulsi sia stato proprio il *farm broadcasting*.

In India, sotto il patrocinio dell'UNESCO, le prime tribune radiofoniche rurali furono organizzate nella regione di Poona a partire dal 1956. Questa esperienza, prioritariamente centrata sui problemi dell'agricoltura, dell'igiene e sanità, di educazione alla cooperazione è stata un grosso successo che ha permesso di organizzare una *tribuna radio rurale* panindiana che copre ormai tutto il paese. La tribuna è un gruppo da quindici a venti villaggi che si raccolgono per ascoltare regolarmente i programmi radio trasmessi da emittenti regionali coordinate, e se ne servono come punto di partenza per dibattiti interni, per arricchire le proprie conoscenze e informazioni e, dove possibile, per mettere in pratica i consigli ricevuti. La tribuna non è un club di intrattenimento, ma neppure un comitato investito di qualsiasi autorità. È una specie di centro di educazione sociale i cui membri si riuniscono di propria iniziativa per allargare gli orizzonti delle loro conoscenze. *Wilbur Schramm*, uno dei massimi esperti educativi internazionali, ha così descritto il funzionamento della tribuna radio rurale indiana:

Si comincia con una emissione radiofonica, della durata di trentacinque-quaranta minuti, diffusa da una delle stazioni di *All India Radio* (la radio nazionale indiana). Questa emissione segue generalmente lo stesso piano: risponde a domande che i membri delle tribune hanno formulato, diffonde notizie di tutte le tribune nella sua sfera d'ascolto indicando le attività intraprese nei vari villaggi in seguito alle discussioni precedenti, e infine presenta l'argomento del giorno. Questa pre-

sentazione può assumere forme diverse: dialogo, intervista, discussione registrata fra coltivatori o fra i coltivatori e un esperto. In ogni caso il programma propone un problema importante per i villaggi che ascoltano e spesso offre alcune soluzioni che il villaggio potrebbe adottare, oppure presenta metodi nuovi la cui applicazione potrebbe risultare vantaggiosa. Terminata la trasmissione e spenta la radio, il presidente della tribuna apre il dibattito fra i presenti; il dibattito dura generalmente fra i trenta e i quarantacinque minuti, dopo di che il gruppo deve decidere se intraprendere o meno una attività specifica. Nell'un caso o nell'altro, se cioè desidera ricevere maggiori informazioni prima di agire, il segretario della tribuna provvede a informare la stazione emittente. Il rendiconto dell'azione intrapresa, o le maggiori informazioni richieste, vengono trasmesse dalla stazione regionale durante il programma successivo. Così la *tribuna* è concepita sia a preparare una azione che a stimolare un dibattito, e a intrattenere uno scambio reciproco e permanente sui problemi e sui piani di sviluppo fra i villaggi membri delle tribune e i funzionari della pianificazione che collaborano alle emissioni.<sup>1</sup>

L'ascolto collettivo di emissioni educative è stato organizzato in molti paesi. In Ghana le tribune rurali hanno scelto di lavorare sui problemi dell'economia rurale, sulle tecniche agricole, ma anche sui temi della salute e della nutrizione, sui problemi familiari. Nel Togo si sono costituiti gruppi di ascolto nei villaggi che si raccolgono intorno a un programma nazionale, *L'Heure Rurale*, che diffonde sia informazioni sia interventi propriamente educativi. Nel Niger si sono formati sin dal 1962 *clubs* radiofonici di analfabeti che collaborano con i realizzatori dei programmi offrendo lo spunto a una parte considerevole delle trasmissioni.

Attività analoghe si sono sviluppate in Senegal a partire dal 1968. Nella Repubblica Popolare del Congo la radio collabora con i centri di servizio nazionale per l'alfabetizzazione e l'educazione permanente e diffonde programmi sulla salute, l'istruzione civica, la cooperazione, le questioni domestiche e la sicurezza stradale, recepiti da gruppi di ascolto coadiuvati da animatori. In quarant'anni di esperienza la programmazione radiofonica educativa rivolta alle popolazioni rurali si è evoluta arricchendosi e adattandosi alle esi-

<sup>1</sup> Wilbur Schramm, *Ten Years of the Radio Rural Forum in India*, New Educational Media in Action: case studies for planners, vol. 1, Unesco/Institute International de Planification de l'Education, 1967.

genze specifiche di singoli paesi, alle caratteristiche sociali ed economiche e culturali dei territori dove opera.<sup>1</sup>

In Nepal per esempio il team radiofonico era partito impiegando il dialogo fra agricoltori e tecnici agricoli come mezzo per presentare agli agricoltori in ascolto la figura e il ruolo del tecnico agricolo. In seguito è stata inventata una formula diversa, che prevede la presenza di una *vecchia signora* che discute insieme al tecnico agricolo i pro e i contro, le difficoltà e i vantaggi di una certa iniziativa, le nuove tecniche e le vecchie superstizioni. La *vecchia signora* è una figura classica della famiglia contadina in molti paesi asiatici; è la nonna che ormai non lavora più ma comanda su tutta la famiglia, che siede per ore interminabili davanti alla sua porta, conosce tutto il villaggio, controlla chi viene e chi va. Questo formato raggiunse lo scopo molto più efficacemente di quello originale importato e dimostrò quanto sia importante presentare l'informazione tecnica nel senso del contesto sociale e culturale in cui si muove il pubblico che ascolta.

In Columbia la *Acción Cultural Popular* ha scelto di operare attraverso drammatizzazioni, sia in forma di serie sia di brevi episodi a sé, per mettere a fuoco le modificazioni cui sono sottoposti i vecchi modi di pensare, per rinforzare idee e concetti nuovi, e per aprire la strada agli operatori sociali che sono poi intervenuti direttamente. Questo metodo ha dimostrato che la radio può essere usata con successo per sollecitare la discussione e per modificare l'orientamento, mentre la specifica istruzione tecnica è meglio recepita se condotta da operatori che agiscono sul terreno.<sup>2</sup>

E così si potrebbe parlare delle mille modifiche che il *farm broadcasting* educativo ha subito in tutti i paesi in cui è stato adottato. Ma il *farm broadcasting* non si è sviluppato soltanto nel *terzo mondo*. In Cecoslovacchia viene impiegato per orientare l'attività degli agricoltori al conseguimento di obiettivi nazionali: concentrazione delle risorse agricole, cooperazione, sperimentazione di nuove tecnologie e conservazione delle risorse. Il formato prescelto è quello di una

<sup>1</sup> *Rural radio: programme formats*, Unesco, Paris 1979.

<sup>2</sup> Vedi *Communication and Rural Development*, di Juan E. Diaz Bordenave, Unesco, Paris 1977.

rubrica aperta che alterna le informazioni tecniche ai consigli, le registrazioni dal vivo, il contributo delle telescriventi e il lavoro di veri e propri reporter sul campo.

In Canada, dove il formato originale è nato quarant'anni fa, il *farm broadcasting* si è considerevolmente trasformato. Oggi è una rubrica che inizia con un notiziario nazionale e internazionale, con reportage sui prezzi di tutti i principali mercati, e quindi passa a trattare con interviste dal vivo i problemi quotidiani delle fattorie, i temi delle fiere e i problemi speciali. È interessante notare che questo nuovo formato è stato via via imposto dal pubblico stesso, desideroso di ricevere informazioni dirette, notizie aggiornate e rapporti approfonditi senza tanti intermezzi musicali e sceneggiati. Nel corso degli anni la radio rurale canadese ha dovuto per forza adattarsi ai gusti, al tempo disponibile, e alle esigenze informative di un pubblico sempre più esposto ad altre fonti di informazione e in particolare alla televisione.

### *La televisione e il nuovo ruolo educativo della radio: la Open University*

Con l'avvento e il prepotente affermarsi della televisione negli anni '50 è il modello stesso di fruizione della radio che entra in crisi. Da *centro* della vita domestica la radio diventa progressivamente *rumore di fondo*, scatola parlante e musicale che accompagna i gesti della quotidianità casalinga, mentre l'attenzione si sposta tutta sulla televisione, nuovo *nume* tutelare della casa.

In queste condizioni i formati educativi tradizionali perdono rapidamente di senso. Se il pubblico ascolta sempre meno la radio, sempre più lo fa in modo diverso dal solito, per esempio cambiando frequentemente canale e soprattutto ascolta la radio *mentre* fa altre cose. Raggiungere un pubblico così strutturalmente sfuggente con emissioni educative che richiedono, quali che siano, un certo grado di attenzione, diventa un'impresa ardua se non impossibile. L'unica alternativa è la *strutturazione* dell'ascolto, ma i vecchi gruppi di ascolto non sono la risposta adeguata.

Tuttavia è proprio con la nascita della televisione che la riflessione teorica e pratica sull'impiego educativo dei *media*

può finalmente decollare. L'avvento della televisione, pur mettendo automaticamente in ombra la radio, dà un impulso straordinario alle idee di coloro che vedevano nell'impiego educativo del *broadcasting* uno dei segni distintivi di una epoca nuova.

Tra il '50 e il '60 si moltiplicano in tutto il mondo esperimenti di *broadcasting* educativo, ma è in Gran Bretagna, probabilmente per le ragioni che abbiamo esposto in precedenza, che la riflessione teorica sull'impiego educativo dei *media* trova sin dai primi anni '50 felici momenti di incontro con l'iniziativa politica.

È del 1953 la prima proposta per l'istituzione di una *Televersity* una università pubblica televisiva da affiancare alle università tradizionali con il compito di servire l'ampia quota di giovani e meno giovani che non avevano potuto accedere all'istruzione superiore. Memore dei *colleges of the air* americani e di quella stessa *università dell'aria* che la BBC non volle avviare nel 1923, il progetto intorno a cui organi educativi e politici cominciano a lavorare prende proprio il nome di *University of the Air*. Sarebbe lungo e fuori luogo ripercorrere qui le tappe che dalla *University of the Air* degli anni '50 hanno portato alla fine degli anni '60 alla *Open University* inglese, il primo e più compiuto sistema di educazione multi-mediale a distanza che rilascia titoli universitari identici a quelli delle università convenzionali, e che in meno di dieci anni è diventata, a detta di molti osservatori, la terza università inglese dopo le prestigiose e inarrivabili per definizione Oxford e Cambridge.<sup>1</sup>

Ciò che qui interessa rilevare è il fatto che grazie all'impostazione multimediale della *Open University*, la *radio educativa* relegata dalla televisione nella soffitta della nonna, almeno nei paesi sviluppati, ha trovato nuova linfa, nuova vita e per la prima volta una precisa collocazione nell'universo mediologico educativo. E ciò proprio all'interno di una istituzione che potrebbe essere presa a modello del trionfo

<sup>1</sup> Sulla *Open University* esiste in Italia una copiosa documentazione sulle riviste specializzate e sulla stampa. Per una descrizione approfondita della storia e delle caratteristiche di questa si veda *Le implicazioni spaziali della Università Aperta* di Daniele Doglio, Quaderni del Centro Studi Pianificazione e Disegno delle Università, Venezia 1973. E inoltre *La Open University* di Donatella Palomba, La Nuova Italia, Firenze 1975.

della televisione nella nostra società, e che in assenza della televisione non avrebbe potuto darsi.

La Open University è una università statale legalmente riconosciuta che opera, in collaborazione con la BBC, un complesso e articolato sistema multimediale di istruzione a distanza. Si avvale di radio, televisione, testi ed esercitazioni per corrispondenza, libri, centri locali di assistenza, scuole residenziali estive, computer e tutto ciò che l'esperienza e la moderna tecnologia hanno messo a disposizione dell'educazione a distanza. Non è una *emittente* educativa, perché utilizza il secondo canale televisivo della BBC e il terzo e quarto (VHF) canale radiofonico pubblico, ma il suo dato strutturale (sessantamila studenti, quattrocento programmi televisivi e quattrocento programmi radiofonici prodotti ex-novo ogni anno, centinaia di migliaia di pagine stampate, una *audience* televisiva media di oltre mezzo milione di persone nonostante l'infelice collocazione oraria della messa in onda...) l'avvicina senz'altro a quella vecchia idea di *canale* educativo che più volte è stata riproposta in Gran Bretagna. Ma la Open University è anche una straordinaria fucina di ricerche e di sperimentazioni sull'uso dei *media* in educazione; mentre produce, elabora e trasmette i programmi per le sue cinque facoltà (Matematica, Scienze Umane, Scienze Naturali, Scienze dell'educazione, Tecnologia) e per i suoi centoventi corsi multi e interdisciplinari, provvede anche a verificare le caratteristiche operative dei mezzi impiegati, a studiare l'adattabilità di ciascun mezzo alle caratteristiche delle discipline insegnate, a analizzare le reazioni degli allievi, il grado di penetrazione e di efficacia nella comunicazione didattica del testo stampato, della radio, della televisione, sia nella loro individualità sia nella loro integrazione. In questo contesto la radio ha trovato nuove funzioni, nuove disponibilità che l'allontanano ogni giorno di più dai modelli tradizionali.

La radio non è più solo *voce, musica, rumore*; proprio perché non più sola, le sue caratteristiche fondamentali di *medium* non sono più le sole utilizzate.

## La radio come *medium* e come componente

Nel 1975, anno in cui è stata condotta la prima indagine conoscitiva dettagliata sull'uso della radio alla Open University,<sup>1</sup> questa università ha trasmesso nei canali BBC 3 e 4 un totale di 1246 programmi radiofonici, tra repliche e nuove produzioni.

Si trovano fra questi molti e diversi usi del mezzo con implicazioni persino contrastanti, sia nel senso dei *formati* (lezioni, conferenze, discussioni a più voci, dialoghi, rumori...) sia nel senso delle tecniche adottate (alcuni si basano su interviste, altri su registrazioni dal vivo delle fonti, altri ancora su montaggi sonori), sia nel senso della funzione didattica prevista (rafforzamento, estensione e sviluppo, sintesi di altri materiali, supporto ad attività pratiche, esemplificazione...).

All'impiego della radio come *medium*, con le sue caratteristiche di *acusticità* e di *immediatezza*, la Open University affianca l'uso della radio come *componente*, in concorso cioè con altri mezzi. In entrambi i casi la radio è vista sia come mezzo di comunicazione *razionale*, in grado di soddisfare una funzione educativa diretta, sia come mezzo di comunicazione *emozionale*, in grado di penetrare a fondo e di contribuire con elementi di personalizzazione e di stimolazione alla comunicazione educativa integrata.

Come *medium* la radio è mezzo acustico e immediato, l'abbiamo ripetuto più volte. In altre parole può funzionare per presentare varie esperienze che abbiano prevalente composizione acustica. Si tratta in questo caso di un recupero approfondito ed esteso della radio educativa tradizionale che viene impiegata per:<sup>2</sup>

– presentare esperienze acustiche, come la musica e il rumore;

– presentare situazioni di vita reale (bambini a scuola, gente al lavoro, altri eventi cui l'allievo avrebbe altrimenti

<sup>1</sup> Vedi John Meed, *The use of radio in Open University course design 1971-74*, Institute of Educational Technology papers on broadcasting n. 54, The Open University, Milton Keynes 1976 (edizione fuori commercio).

<sup>2</sup> Questi punti fanno parte del documento che la Open University ha presentato alla Commissione Annan sul futuro del *broadcasting* in Gran Bretagna nel 1976. Vedi *Open Learning*, Unesco Press, Paris 1976.



accesso limitato), sia per sviluppare un'analisi intellettuale che per evocare responsi emotivi;

- sceneggiare situazioni;
- presentare persone eminenti: *decision makers*, politici, scienziati, le cui opinioni non sarebbero altrimenti accessibili nella forma adatta;
- avvicinare gli allievi ai docenti;
- condensare un argomento, sia in forma di intervista sia di lezione;
- presentare argomenti in forma di discussione;
- fornire una rapida disseminazione dell'informazione.

Alla Open University non è possibile limitare l'analisi alla radio in sé. I programmi radio esistono in quanto *componenti* all'interno di corsi multimediali, dove la radio interagisce con gli altri *media*. C'è inevitabilmente un conflitto fra le esigenze del sistema OU e il potenziale della radio. Piegare un *medium* qualsiasi a scopi educativi impone necessariamente un ri-aggiustamento nell'impostazione di chi produce il programma. Potrà così accadere che un programma radiofonico non interpreti al meglio le caratteristiche del mezzo, o che non si adatti ai parametri generalmente impiegati per valutare *buono* un programma. Alla OU gli ingredienti di una buona radio devono essere verificati rispetto a un insieme specifico di bisogni educativi. Così non è il mezzo a prevalere, come accadeva nella tradizione, ma la sua funzione didattica.

Nello stesso tempo però la disponibilità di molti *media* fa sì che ciascuno di essi possa essere impiegato al meglio delle sue capacità, e non come un modo qualsiasi di disseminare comunicazione. A volte questo conflitto si risolve in una sintesi mirabile dove il *medium* può dare il meglio di sé conseguendo insieme l'obiettivo didattico; altre volte un uso *interessante* della radio deve essere sacrificato per evitare di confondere l'allievo.

Questo conflitto latente in tutta la comunicazione educativa è portato alla luce nell'esperienza della Open University, costantemente verificato, ed è quindi elemento propulsivo della produzione, fonte di continue sperimentazioni e niente affatto limitante.

Nel complesso sistema Open University la radio è im-

piegata in relazione più o meno stretta con diversi altri componenti che sono:

- le unità di studio per corrispondenza;
- altri programmi *broadcast* (radio e televisivi);
- esperimenti, progetti, attività di ricerca e compiti che gli allievi devono svolgere.

I programmi radio collegati alle unità di studio per corrispondenza, che sono in maggioranza, si distinguono subito fra quelli che mirano a sviluppare in qualche modo il testo stampato, e quelli che si limitano a illustrarlo fonicamente. I programmi che presentano materiali teorici differiscono molto a seconda del punto di vista adottato, che può essere simile a quello del testo stampato con lo scopo di rafforzare o sviluppare ciò che l'allievo ha già incontrato, oppure può essere diverso, con lo scopo di fornire uno strumento di riflessione critica.

Anche i programmi illustrativi variano. Possono essere costituiti da materiali scelti al solo scopo di illustrare una teoria o una analisi presente nel testo: musica, discussioni filosofiche e altro che presenti alla radio, in una forma che non avrebbe potuto concretizzarsi sulla carta stampata, ciò che l'allievo ha studiato sul testo. Oppure possono puntare a verificare una certa teoria applicandola a situazioni di vita reale. In questo caso l'illustrazione si avvicina di nuovo alla funzione critica. Un esempio, il più banale, del primo caso è naturalmente la presentazione della *forma-sonata* in diverse esecuzioni radiofoniche dopo che l'allievo ne ha studiato le caratteristiche su un testo arricchito di spartiti musicali. Nel secondo caso, esempio altrettanto banale è quello dell'applicazione di un segmento di una teoria pedagogica studiata su testo a una situazione di classe. Se quel segmento ha forti caratterizzazioni aurali il mezzo radiofonico può fornire all'allievo l'*illustrazione* adatta.

Analogamente si comporta la radio rispetto ad altre emissioni *broadcast*. Nei confronti di attività e compiti degli allievi alla Open University si distinguono quei programmi radio che forniscono consigli e indicazioni operative da quelli che insegnano direttamente attraverso esempi. Un programma collegato a un progetto può fornire all'allievo utili consigli su come impostare il progetto stesso. Nel secondo caso un altro programma può invece presentare lo svolgi-

mento di un progetto analogo, simulando le attività che l'allievo dovrebbe intraprendere e presentando gli ostacoli che probabilmente incontrerà.

Ma il tipo di programma e l'impiego della radio varia anche in funzione della disciplina insegnata.

La matematica e le scienze naturali offrono in genere una materia precisa che deve essere appresa nei suoi fondamenti. Si tratta quindi di trovare il miglior modo per insegnarla. Le conseguenze per la radio sono immediatamente evidenti: o si usa il mezzo per allargare l'insegnamento diretto della materia, oppure per introdurre alcune implicazioni che sotto molti punti di vista non sono strettamente inerenti alla materia stessa. Una trasmissione radiofonica che racconti, in chiave storica, l'evoluzione del *calcolo* collegato all'evoluzione delle società antiche è un contributo culturale e conoscitivo fondamentale seppure non direttamente essenziale all'apprendimento del calcolo stesso.

Totalmente diverso il discorso sulle scienze umane, la letteratura e le arti, dove lo scopo della comunicazione educativa consiste nell'elevare la coscienza critica individuale dell'allievo, che va informato su esperienze dalle quali dovrà essere lui a trarre indicazioni, a assimilare e sintetizzare elementi di conoscenza. A questa esperienza la radio può aggiungere naturalmente le dimensioni più adatte al mezzo: musica, rumori, parole...

Ancora diverso è il caso delle scienze sociali. Anche qui l'accento educativo cade sull'allievo e sulla sua capacità di elaborare da solo e di estrarre coscienza critica. Tuttavia ciò accade spesso nel quadro di impostazioni teoriche generali che per essere comprese devono essere in qualche modo prima apprese. L'impiego della radio in quest'area disciplinare può quindi seguire diverse strade; può stimolare l'allievo a pensare criticamente; può rendergli più familiare una determinata teoria, oppure sottoporre a verifica una teoria in relazione con la realtà esterna; più semplicemente può avvicinare lo studente al mondo esterno, facendogli ascoltare le persone vive che abitano un luogo o una situazione tipica letta precedentemente in chiave teorica; oppure può avvicinare lo studente alle fonti, facendo parlare direttamente coloro che una certa teoria hanno elaborato, naturalmente se

sono vivi, o se di loro esistono registrazioni sonore nel caso siano morti o non siano disponibili.

Queste distinzioni non vanno intese come principi di una filosofia della conoscenza; alla Open University si danno ancora altre distinzioni interne alle stesse discipline e agli stessi corsi: in un corso di filosofia la parte musicale sarà trattata radiofonicamente in modo diverso da quella letteraria, e così fra biologia e fisica ci saranno diversi usi della radio pur all'interno del medesimo corso di tecnologia fondamentale. Ma ciò che conta sottolineare è che grazie a questa esperienza la radio educativa sta sviluppando tutte le sue capacità, e altre ancora saranno probabilmente scoperte man mano che procede la sperimentazione e la ricerca si fa più dettagliata.

L'esperienza della Open University comincia a essere presa a modello in molti paesi, sia sviluppati sia in via di sviluppo, ciascuno dei quali deve adattarne la struttura alle proprie caratteristiche. Tuttavia, dopo un periodo di sostanziale silenzio durato quasi vent'anni, si ritorna a parlare di *funzione educativa* della radio, seppure lungo linee totalmente diverse dalla tradizione. A prescindere dalla verifica delle potenzialità dei mezzi, la Open University è anche una risposta, la più articolata e complessa, all'eterno problema dell'organizzazione dell'ascolto, non più risolto in chiave di *gruppi di ascolto*, ma come strutturazione del messaggio educativo ricevuto in una molteplicità di canali che non trascurano alcun mezzo di comunicazione. L'impostazione multimediale avanzata, lungi dal deprimere le potenzialità dei singoli *media*, cerca invece i modi migliori per catturare l'attenzione dell'utente, per mantenerla nel tempo, per rinforzare a un tempo la persistenza e l'efficacia del messaggio educativo, e sviluppare un apprendimento attivo e critico.

È una strada lungo la quale potrà accadere di non sentir più parlare di *radio, televisione, libro*, come *media* in sé.

Nessun *medium* da solo può dare risposte soddisfacenti ai mostruosi bisogni di educazione, informazione scientifica, aggiornamento, formazione permanente e sviluppo che il mondo contemporaneo si trova davanti. Non le strutture educative classiche, non la televisione, non il libro né la radio in sé. La strada aperta dalla Open University punta al dispiegamento più completo delle potenzialità educative in-

tegrate dei singoli *media*, e così facendo giunge contemporaneamente all'annullamento delle loro individualità. Anche se appare paradossale si può dire con certezza che con la Open University finisce ufficialmente la storia ultracinquantennale della radio educativa.

## Capitolo VIII

### Altre radio

Abbiamo visto quali processi e variazioni hanno portato nel periodo fra le due guerre al consolidamento del mezzo radiofonico in Gran Bretagna e negli Stati Uniti d'America, i cui sistemi radiofonici hanno fornito i modelli cui si sono rifatti tutti i paesi occidentali.

*Informare-educare-divertire* è la parola d'ordine, l'obiettivo canonico del servizio radiofonico pubblico che si finanzia con la riscossione del canone di utenza.

*Produrre pubblico da vendere* agli inserzionisti pubblicitari potrebbe essere la paradossale definizione degli obiettivi di un servizio radiofonico privato di tipo americano, dove *informare-educare-divertire*, in ordine inverso d'importanza, non sono tanto obiettivi in sé, quanto imperativi categorici del vero obiettivo di fondo: il conseguimento di un profitto d'impresa.

Al primo modello, e quindi al primo obiettivo, si sono ispirati in genere i paesi europei. Anche quando, come nel caso italiano, la pubblicità è entrata a far parte dei bilanci dell'ente monopolistico, essa non ha costituito la fonte principale di finanziamento, e come tale il suo peso sulla programmazione è relativamente ridotto.

Al secondo modello, e quindi al secondo obiettivo, si sono ispirati il Canada e l'Australia, dopo una prima fase di adozione del modello inglese corrispondente alla residua influenza della Gran Bretagna sulle due ex-colonie, molti paesi del centro e del Sud America e in genere tutti i paesi che hanno risentito fortemente l'influenza economico-politica degli Stati Uniti.

Ma la radio non è tutta qui. Se quelli fin qui ricordati rap-

presentano i più diffusi principi *organizzatori* dell'attività radiofonica, tuttavia non sono necessariamente comprensivi di tutte le tipologie d'uso della radio, così come si sono venute strutturando nella pratica di questi sessant'anni e nell'esperienza di situazioni storico-politiche diversissime.

La radio non è servita soltanto a informare, a educare, a divertire, né tantomeno a perseguire e basta il massimo profitto.

Percorrendo a ritroso la sua breve storia si scoprono, all'interno e all'esterno di codesti obiettivi, dentro e fuori i modelli istituzionali, altri obiettivi e diverse funzioni, che dimostrano la straordinaria flessibilità con cui il mezzo radiofonico si è adattato e si adatta tuttora a esigenze diverse e contrastanti. È vero, si può divertire, informare, educare in molti modi, e dietro ciascuna di queste parole si nascondono interpretazioni ideologiche e prassi operative fra loro lontanissime almeno quanto i regimi che ispirano le programmazioni radiofoniche. Ma al di là delle sottili distinzioni che si potrebbero enunciare a questo proposito, esiste una concretizzazione di esperienze storiche in cui la radio è stata, e tuttora è, un'altra cosa; in cui la radio ha interpretato e portato ai massimi livelli di efficienza al di sopra di ogni altro obiettivo la funzione di *propaganda*; in cui ha agito senza mediazioni come strumento diretto di *penetrazione culturale* in paesi diversi dall'emittente; in cui ha servito obiettivi di dominio coloniale dichiarati o nascosti, in cui ha agito come sottile strumento di destabilizzazione politica. E all'opposto si sono dati, e si daranno sempre, casi in cui la radio ha servito da strumento di organizzazione politica rivoluzionaria e ha combattuto contro altre radio, impiegata come un'arma forse più potente di quelle che feriscono e uccidono.

Rispetto ai modelli classici di organizzazione della radio e ai loro obiettivi, queste esperienze segnalano l'esistenza di *altre* radio, di altri modi di fare e di usare la radio, che se non costituiscono *modelli* pure non sono riconducibili a quelli « classici ».

## La radio come strumento di propaganda

Quando il partito nazista conquistò il potere in Germania nel 1933, la radio tedesca, pur molto sviluppata e seguita dal pubblico, appariva ancora come un mezzo ricco di potenzialità inesplorate. In particolare il suo potenziale propagandistico non era ancora stato provato.

Lo stesso regime fascista, al potere in Italia da molti anni, non sembra far uso della radio in modo adeguato. Negli anni che vanno dalla fondazione dell'U.R.I. (Unione Radiofonica Italiana), nel 1924, ai primi anni del decennio successivo, il fascismo si limita a utilizzare il potente mezzo di comunicazione come un altoparlante nazionale per i discorsi del Duce e a esercitare il controllo e la censura sui notiziari e l'informazione la cui fonte esclusiva fu costituita per molti anni dall'agenzia di stampa del regime, l'Agenzia Stefani. Ancora agli inizi degli anni '30 Mussolini attribuiva il primato dei mezzi d'informazione alla stampa. In parte ciò era forse dovuto alla scarsa diffusione degli apparecchi radiofonici, troppo costosi per le capacità di acquisto delle masse popolari italiane di allora.

Solo nel '33-34 con l'apertura di *Radio Scuola* e di *Radio Rurale* il fascismo dimostra l'intenzione di fare un uso « scientifico » della radio come mezzo di propaganda e di produzione del consenso per accelerare il progetto di « fascistizzazione della società italiana ». Questa intenzione porterà la radio fascista a produrre i suoi risultati maturi solo a partire dalla guerra d'Etiopia.<sup>1</sup>

Nella Germania nazista invece la radio è sfruttata dall'inizio in tutte le sue caratteristiche per diventare lo strumento peculiare del complesso apparato propagandistico del regime.

Lo stesso Hitler, nel suo libro *Mein Kampf*, scrive della radio:

« ... nelle mani di chi sa farne uso è un'arma terribile ».

Goebbels, massimo teorico e *imprenditore* della propaganda a sua volta scrive: <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sulla radio nel periodo fascista si vedano gli interessanti lavori di Monteleone, Papa, Monticone citati in bibliografia.

<sup>2</sup> Goebbels, *Diaries*, P. Lochner, London 1948.



La vera radio è propaganda. Propaganda significa combattere in ogni campo di battaglia dello spirito generando, moltiplicando, distruggendo, sterminando, costruendo, disfacendo.

Con la progettazione di Goebbels e sotto la sua costante vigilanza la radio diventa lo strumento privilegiato per creare una quinta colonna di sicuri ammiratori del nazismo in molti paesi stranieri – soprattutto in quelli più ostili alla Germania – da usarsi come gruppo di pressione per sostenere il lavoro dell'ambasciata tedesca.

Goebbels avrebbe addirittura preferito non avere ambasciate in competizione con il suo personale controllo sulla proiezione del nazismo negli altri paesi e riteneva che attraverso la radio avrebbe potuto compiere un lavoro tale da sostituire molte delle funzioni della rappresentanza ufficiale.

Nonostante che le trasmissioni radiofoniche naziste variassero da paese a paese e da momento a momento esse facevano sostanzialmente da eco alla propaganda interna. La base era costituita dall'*antisemitismo*, considerato come un germe presente in tutti gli stati che bisognava soltanto rendere virulento; dall'*anticomunismo*, il cui maggior obiettivo era il popolo russo considerato come massa sub-umana e dalla *superiorità della razza ariana* e della nazione tedesca, la saggezza e il potere di Hitler.

Tutto era pianificato in ogni suo dettaglio e la radio diventava così, nella volontà nazista, uno strumento di propaganda « intelligente » volto a creare e a mantenere negli ascoltatori uno specifico stato emozionale.

Dal tenore delle trasmissioni era evidente che il pubblico era considerato nulla più che una folla da manipolare.<sup>1</sup>

Si voleva creare in esso un effetto ipnotico e una reazione cieca. Anche al concetto di verità delle notizie e delle informazioni trasmesse si attribuiva un significato evidentemente diverso sia dalla « verità ideologica » dei propagandisti sovietici sia dalla « oggettività » propria della concezione borghese.

Per la radio nazista la verità era molto elastica: ciò che era vero per un certo tipo di ascoltatore non era necessariamente vero per un altro gruppo di utenti.

<sup>1</sup> Ciacotin, *Psicologia della propaganda politica*, Sugar Ed., Milano 1963.

Ciò che è vero ora può darsi non fosse vero nel passato o non sia vero nel futuro. La radio diventa così un potentissimo mezzo di diffusione di falsità e di bugie.

L'uso della bugia è anzi teorizzato: « La bugia va usata con discrezione come se fosse un'arma tattica ». Ciò dimostra come i nazisti non avessero adottato per la loro radio un'ottica a lungo termine come invece la BBC inglese che fin dall'inizio fece attenzione a creare la propria reputazione di affidabilità e credibilità. Essi miravano a una conquista nel breve termine degli ascoltatori.

Per questa ragione la loro propaganda doveva essere convalidata dai successi militari: la « confusione mentale, la contraddittorietà dei sentimenti, l'esitazione, il panico » che — secondo Hitler — la radio doveva contribuire a creare dovevano poi trovare soddisfazione quando la radio, annunciando le conquiste e le vittorie militari, dava agli ascoltatori l'impressione di unità, di forza, di sicura vittoria alla fine della lotta.

La maggior parte della propaganda diretta agli ascoltatori stranieri seguiva la ben sperimentata tecnica basata su altrettanto sperimentati e verificati principi, che dominavano ancora il pensiero e l'azione dei nazisti: alla base di ogni teorizzazione sulla mobilitazione e il controllo delle masse c'è una istintiva fiducia nel primitivo appello alle emozioni.

Proprio per questo, come mezzo di propaganda i nazisti preferiscono la voce alla carta stampata e fanno un uso scientifico del potere della radio. Le trasmissioni radiofoniche sono più immediate, più vibranti, più personali e offrono le occasioni più idonee per creare emozioni.

Per « ficcare il messaggio nazista nella testa della gente e, prima di tutto, nei cuori » la propaganda del regime usa una tecnica precisa, basata su teorie psicologiche.<sup>1</sup>

Gli strumenti di questo tipo cui si ricorreva maggiormente erano tre. La riduzione e la semplificazione dell'ideologia nazista in alcuni *stereotipi*, che venivano in tale veste più facilmente acquisiti e introiettati dagli ascoltatori. Era poi usata costantemente la tecnica della *ripetizione*. Gli ascoltatori erano bombardati con la stessa informazione, le stesse frasi ripetute senza fine.

<sup>1</sup> Ciacotin, *op. cit.*

Al rituale della tecnica ripetitiva si aggiunge lo *slogan* come strumento atto a facilitare la memorizzazione.

Questa è la prima volta nella storia della radio che gli elementi specifici del mezzo vengono presi in considerazione e si cerca di pianificarne l'uso per il raggiungimento di un determinato scopo. La funzione propagandistica della radio « inventata » dai nazisti avrà una larga diffusione in molti altri paesi, soprattutto in tempo di guerra.

A tal proposito Goebbels afferma ancora:

Le notizie sono un'arma della guerra. Il loro scopo è quello di vincere la guerra, non quello di dare informazioni.<sup>1</sup>

Anche un altro paese dell'Asse, durante la seconda guerra mondiale fece un intenso uso della radio a fini propagandistici. È il caso del Giappone che, pur diffondendo in Asia una quantità di messaggi non lontana da quella della radio nazista, non raggiunse però la qualità, la professionalità e l'impatto dell'alleato europeo.

In questo caso la radio è usata soprattutto per diffondere una propaganda che faccia leva sulle differenze razziali dell'esercito statunitense: si cerca di sfruttare il trattamento discriminatorio che esiste nell'esercito americano riguardo ai militari negri per dividere gli americani dai loro amici asiatici. Nei programmi diretti alle isole Filippine si accusavano gli americani di trattare i filippini come esseri inferiori e in quelli indirizzati all'India si enfatizzano le tensioni tra indiani e anglosassoni.

Negli anni successivi alla seconda guerra mondiale l'uso della radio come strumento di propaganda ha assunto gli aspetti più differenziati.

### *Radio « bianche », radio « grigie », radio « nere »*

Non sempre le emittenti si sono presentate a viso scoperto come voci di questo o di quel governo o paese. Spesso, anzi, le emittenti operano clandestinamente con sigle e da luoghi non ufficiali o, addirittura, sconosciuti.

<sup>1</sup> Goebbels, *Diaries*, op. cit.

Tra le tante emittenti che hanno operato in questa direzione negli ultimi decenni si possono distinguere almeno tre categorie: le *radio bianche*, che fanno un'esplicita propaganda per una causa determinata; le *radio grigie* che svolgono la stessa attività utilizzando forme un po' più mascherate e ambigue; le *radio nere* che sono quelle i cui veri obiettivi non appaiono dai contenuti dei programmi e che in realtà mirano a diffondere notizie false e a creare la confusione e il panico.

Anche in quest'ultimo caso dobbiamo risalire a Goebbels per trovare un modello originale: fu infatti lui a lanciare nel 1940, al momento dell'invasione tedesca in Francia, una « falsa » emittente francese per demoralizzare i militari e i civili.

Dopo di lui coloro che hanno portato avanti con maggior successo e larghezza di mezzi la tradizione sono gli Stati Uniti attraverso l'attività diretta o indiretta della C.I.A. (Central Intelligence Agency). Corrispondendo alle diversità delle regioni in cui si estende « l'impero americano » o dove gli Stati Uniti hanno i propri interessi politici o economici la CIA è riuscita a creare una vasta gamma di iniziative, alcune delle quali costituiscono una interessante formula radiofonica.

La radio « bianca » americana, quella, per intenderci, che fa ufficialmente propaganda è *Voice of America* (VoA), mentre le due radio « grigie » più note in Europa sono *Radio Free Europe* e *Radio Liberty*. *Voice of America* è gestita direttamente dall'USIA (United States Information Agency), l'agenzia d'informazioni degli Stati Uniti che ha nel proprio statuto espliciti obiettivi culturali come quello di « dimostrare ai popoli delle altre nazioni, attraverso le tecniche di comunicazione, che i fini della politica degli Stati Uniti sono in armonia con le loro legittime aspirazioni alla libertà, al progresso e alla pace ». Queste dichiarazioni, contenute nello statuto dell'Agency, perdono la loro vaghezza e genericità se si affiancano a una dichiarazione fatta nel 1972 da M.F. Sheakespeare, allora presidente dell'USIA: « Se noi definiamo la guerra fredda come una lotta tra ideologie, una lotta condotta con strumenti diversi da quelli del conflitto militare, è allora evidente che la guerra fredda con-

tinua a esistere in termini di lotta per conquistare le menti degli uomini ».

Si comprende dunque il grande apparato di mezzi che sta dietro l'attività di Voice of America: 123 emittenti che trasmettono da ogni continente programmi in 36 lingue, con una potenza complessiva di 23 mila chilowatt. Il suo centro operativo è Washington, dove vengono realizzate oltre 800 ore-programma alla settimana, smistate poi attraverso cavo coassiale o microonde ai propri trasmettitori e alle 4.000 stazioni radiofoniche sue clienti.

L'UNESCO ha stimato che ogni giorno circa 26 milioni di persone ascoltano questi programmi.

Caratteristiche assai diverse hanno le due radio « grigie » Radio Free Europe e Radio Liberty. Queste sono innanzitutto iniziative private e, in secondo luogo, hanno l'obiettivo d'intromettersi nelle vicende interne dei paesi verso cui trasmettono, quelli cioè dell'area socialista.

Radio Liberty è nata nel periodo della guerra fredda su iniziativa di un comitato creato a tale scopo, mentre la consorella Radio Free Europe è amministrata da una società senza fini di lucro con sede a New York. Originariamente le due iniziative erano finanziate per l'85% dalla CIA anche se ufficialmente esse apparivano come iniziative spontanee di privati cittadini statunitensi. Ma dal 1973 le due emittenti sono finanziate attraverso il bilancio dello stato con l'approvazione, quindi, del Congresso degli Stati Uniti, perdendo di fatto il loro carattere privato.

Questo cambiamento ha un particolare rilievo sul piano del diritto internazionale; le due radio, infatti, appaiono ora come installazioni amministrare da persone giuridiche americane private, la cui attività è approvata, sostenuta e finanziata dal governo statunitense che ne orienta le attività.

Dal 1975 le due radio « grigie » americane hanno una sede operativa comune a Monaco di Baviera e le due società di gestione sono riconosciute dalla Repubblica Federale Tedesca come società straniere non commerciali.

Tra le due emittenti esiste però una precisa divisione di compiti. Mentre Radio Liberty trasmette esclusivamente verso l'Unione Sovietica e i suoi programmi sono realizzati nelle lingue parlate in molte delle sue Repubbliche (russo, ucrai-

no, bielorusso, armeno, georgiano, ecc., per un totale di 17 lingue diverse), Radio Free Europe si rivolge esclusivamente alla Cecoslovacchia, alla Polonia, all'Ungheria, alla Romania e alla Bulgaria nelle rispettive lingue.

Nonostante una così precisa suddivisione dei territori da « informare » le due radio sono ovviamente unite dai comuni obiettivi, quelli chiaramente espressi nei documenti e nelle dichiarazioni ufficiali. In una dichiarazione presentata alla commissione senatoriale degli Stati Uniti per gli Affari Esteri, il presidente della società Radio Free Europe affermava:

... la nostra emittente, data la sua condizione giuridica privata e la conoscenza linguistica specializzata, insieme alla capacità scientifica dei suoi collaboratori, svolge un ruolo importante nel processo di comunicazione dal mondo occidentale verso un gran numero di abitanti dell'est europeo.

L'intervento continua dichiarando poi:

Le trasmissioni dell'ovest devono contribuire al processo di cambiamento a lungo termine nei paesi dell'est [...]. I commenti sugli affari interni devono evitare i toni aggressivi e devono restare costruttivi, concreti e giustificabili. Gli interventi governativi concernenti miglioramenti economici e altri miglioramenti devono essere sottolineati dal momento in cui entrano in vigore; ogni volta che i nuovi miglioramenti saranno annunciati bisognerà presentarli in modo adeguato...

Questa tattica mira a far sì che gli ascoltatori di RFE la considerino « non come una radio straniera, ma come la loro propria radio ».

Nel *Manuale di politica per Radio Liberty* si legge invece che l'emittente ha come obiettivo « di portare, tramite le informazioni e le idee diffuse, le nazioni dell'Unione Sovietica a sostituire il sistema esistente con il sistema della democrazia rappresentativa » e, in un altro paragrafo, « noi dobbiamo aiutare gli ascoltatori ad agire nel modo più efficace per cambiare il sistema esistente ».

Le radio di propaganda americane fin qui viste, sono delle emittenti ben strutturate, dotate di mezzi e di professionalità, molto potenti e, in definitiva, destinate a svolgere un'attività di *routine*.

Ben diverse sono le radio utilizzate dagli Stati Uniti in situazioni di combattimento o in zone politicamente « calde ».

Appena giunti nel sud-est asiatico gli americani capirono che per loro sarebbe stato necessario confrontarsi con le trasmissioni diffuse da Radio Hanoi, Radio Pechino, la radio del GRP (Governo Rivoluzionario Provvisorio) e del Funk (Fronte Unito Nazionale della Cambogia). Cercarono così di garantirsi la fedeltà di qualche radio locale disposta a trasmettere i loro programmi confezionati *ad hoc*.

In un secondo tempo, rendendosi conto che ciò non era più sufficiente per sostenere la loro politica in quella parte del mondo, gli americani installarono un po' dappertutto radio clandestine o locali in Laos, in Cambogia e nel Sud Vietnam, evitando però, nella maggior parte dei casi, di apparire come i promotori delle singole iniziative.

In Cambogia per questa operazione furono utilizzati gruppi filoamericani come i *khmer Serei* (khmer liberi); nel Sud Vietnam gli USA crearono, intorno al 1966, la *Voce indipendente e neutrale*, un'emittente che trasmetteva programmi di propaganda in lingua khmer e thai. Allora l'obiettivo di questa radio era soprattutto il presidente cambogiano Sihanuk che veniva regolarmente attaccato e diffamato a tal punto da costringere l'interessato a protestare ufficialmente presso il governo americano. Ma Washington rispose che non aveva nulla a che fare con quella emittente e con i khmer Serei; oltretutto l'emittente si trovava in territorio cambogiano.

Quando nell'estate del 1970 la « Voce del FUNK » iniziò a trasmettere, furono allora Sihanuk e i *khmer rossi* ad avere un importante strumento d'informazione capace di contrastare la radio « nera » americana. I servizi segreti statunitensi decisero allora d'intervenire per confondere le carte e installarono vicino a Pakse, nel Laos, una potente emittente a onde corte. Questa radio, che all'inizio fu denominata *Voce del Fronte Rivoluzionario della Cambogia* e che divenne in seguito *Voce del Fronte di Liberazione Indocinese*, trasmetteva i programmi realizzati dagli khmer filoamericani addestrati negli Stati Uniti e in Thailandia. Quei programmi erano realizzati in modo tale da assomigliare il più possibile a quelli trasmessi dalla radio della resistenza cambogiana.

Anche nel Sud Vietnam non poche furono le operazioni di « intossicazione informativa » guidate dagli americani verso il Nord Vietnam e verso le zone controllate dal GRP.

Dal 1967 la stazione « nera » filoamericana *Radio Bandiera Rossa* incominciò a trasmettere tutti i giorni programmi in lingua vietnamita. Il suo compito era quello di imitare le trasmissioni del GRP e confondersi ad esse per diffondere notizie e informazioni che creassero confusione e disorientamento. Ad essa si aggiunse poco dopo la *Voce del Fronte Patriottico Militare del Sud Vietnam* che doveva apparire come una emittente rappresentativa di una « terza forza » favorevole a un Vietnam libero e neutrale e anti-americana, anti-sovietica e anti-cinese, contraria alla presenza di soldati nord-vietnamiti nelle zone del Sud Vietnam, contraria ai bombardamenti americani. Questa messinscena finì dopo che l'emittente commise alcuni errori irrimediabili che la privarono completamente di ogni credibilità; quello più evidente fu fatto in occasione della scoperta dell'eccidio di Hué nel 1968.

La radio utilizzò a fondo questo fatto e diede anche notizie molto particolareggiate sulle operazioni dei viet-cong, che solo il governo di Saigon o gli americani erano in grado di sapere.

Dalle cose fin qui dette risulta abbastanza evidente che il mezzo radiofonico appare come parte integrante dell'armamentario impiegato dagli Stati Uniti a sostegno delle proprie battaglie politiche, ideologiche e militari su tutti i fronti. Non potevano dunque mancare iniziative radiofoniche che si occupassero del problema cubano. Su questo fronte l'emittente più nota è stata *Radio Swan*, una radio grigia che trasmetteva dall'isola di Swan nel mar dei Caraibi, e che successivamente mutò il suo nome in *Radio Americas*. La funzione di questa emittente è stata ed è tuttora quella di « innaffiare » costantemente l'isola di Cuba con programmi anti-comunisti e anti-castristi. Nel periodo in cui la crisi tra Cuba e gli Stati Uniti si acutizzò, a questa emittente si aggiunsero altre radio di tipo « grigio » e « nero ». Nel 1961 iniziò l'attività di *Radio Libertad* che trasmetteva su diverse frequenze; più tardi iniziò a trasmettere un'altra radio anti-castrista, *Radio Escambre*, che nel periodo della tentata invasione della Baia dei Porci si fece diretta portavoce della CIA. In quel frangente Radio Swan interruppe addirittura le trasmissioni regolari per trasmettere istruzioni e messaggi militari ai gruppi anti-castristi addestrati negli Stati Uniti.



Negli anni successivi la virulenza di queste radio, che aveva portato Fidel Castro a denunciarne presso le Nazioni Unite l'attività, si attenuò e la propaganda anti-cubana si fece un poco meno rozza.

Da Radio Libertad furono trasmessi programmi anche in lingua russa e tedesca destinati ai tecnici mandati dai paesi socialisti in aiuto di Cuba.

### *La radio arma della rivoluzione*

Alcuni anni prima di questo periodo, le onde radio avevano portato nelle case cubane ben altre voci e ben diversi messaggi.

Durante la rivoluzione aveva trasmesso, infatti, una piccola emittente, *Radio Rebelde*, per mantenere i collegamenti tra i guerriglieri che operavano sulla *Sierra Maestra*, i *campesinos* e le popolazioni urbane che volevano battersi contro il regime del dittatore Batista.

L'uso della radio come arma rivoluzionaria fu addirittura teorizzato da uno dei maggiori protagonisti della rivoluzione cubana, Ernesto Che Guevara nei suoi scritti sulle operazioni di guerriglia<sup>1</sup> dove si legge:

L'importanza della radio è capitale. Nel momento in cui tutti gli abitanti di una regione o di un paese sono arsi più o meno intensamente dalla febbre di combattere, la forza della parola aumenta quella febbre e la impone a ognuno dei futuri combattenti. Essa spiega, insegna, eccita, determina sia negli amici sia nei nemici la loro futura posizione. Ma la radio deve obbedire al principio fondamentale della propaganda popolare, che è la verità. Una piccola verità, anche se di scarso effetto, è preferibile a una grande bugia ben vestita.

Fu proprio Guevara, comandante allora la colonna numero uno dell'Armata Ribelle, ad avere l'idea d'impiantare una stazione radio che operasse al servizio della rivoluzione.

Il 24 febbraio 1958 Radio Rebelde iniziò a trasmettere dai territori liberati della Sierra Maestra.

Raul Castro, ministro delle Forze rivoluzionarie cubane, commemorando il quindicesimo anniversario della fondazio-

<sup>1</sup> E. Che Guevara, *La guerre de guerilla*, Ed. Maspero, Paris 1967.

ne di Radio Rebelde ne spiegò in questi termini l'importante funzione:

La creazione di una stazione clandestina, benché allora la sua portata fosse ancora debole, permise di far conoscere in modo incontestabile le azioni dell'esercito guerrigliero dopo un anno di lotta rivoluzionaria, dove non esisteva alcun mezzo di diffusione. In circostanze sfavorevoli, quando tutti i mass media erano sotto il controllo del sistema di dominio neo-coloniale imposto al nostro popolo dall'imperialismo nord-americano, dove la tirannia di Batista aveva soppresso le pseudo-libertà di espressione che la borghesia tollerava soltanto a certe condizioni, le prime emissioni di Radio Rebelde ebbero una portata storica e ci diedero l'opportunità di far arrivare alle masse i messaggi della rivoluzione.

Più tardi Radio Rebelde [così prosegue Raul Castro] trasmetteva dal quartier generale dell'Esercito Ribelle e Fidel se ne occupava direttamente. Essa divenne non solo uno strumento politico e ideologico, ma anche militare, facilitando la direzione delle operazioni. Si può dire che in qualche modo divenne un centro di comunicazioni dell'Esercito Ribelle.<sup>1</sup>

Nello stesso anno Fidel Castro, parlando alla televisione, ricordava che Radio Rebelde era diventata un fattore talmente importante da dover essere considerata come un obiettivo strategico dal nemico; era uno dei punti che dovevano essere maggiormente difesi.

Possiamo dire [spiegò nella stessa occasione Fidel Castro] che i tre punti che dovevamo difendere a qualsiasi costo erano l'ospedale, che funzionava già allora sulla Sierra per curare i feriti, la fabbrica delle mine e delle granate e Radio Rebelde. La nostra strategia di lotta era stabilita, in gran parte, in funzione di questi tre fattori.

Oltre a quella cubana c'è un'altra occasione esemplare in cui la radio assume un ruolo fondamentale per la liberazione e l'indipendenza di un'intera nazione: quella della lotta del Fronte di Liberazione Nazionale, l'FLN, durante la rivoluzione algerina.

Fortunatamente il ruolo della radio in questa occasione è stato descritto da uno dei più incisivi e brillanti osservatori dell'agonia del colonialismo, Franz Fanon.

*La Voce dell'Algeria Combattente, o Libera* ci sembra il

<sup>1</sup> "Gramma", La Habana, 4-3-1973.

migliore esempio del coinvolgimento diretto e totale di una emittente clandestina in una lotta politica e militare, ed è per questo che intendiamo dedicarle un ampio spazio.

Per capire il ruolo giocato dalla radio nell'Algeria di quegli anni bisogna partire da ciò che fu la radio coloniale.

Prima del 1945 in Algeria il 95% degli apparecchi radiofonici era proprietà degli europei e i programmi erano espressione soprattutto della società coloniale e dei suoi valori.

Nelle fattorie [scriveva Fanon<sup>1</sup>] la radio ricorda al colono la realtà di un potere e diffonde, con la sua stessa esistenza, sicurezza e serenità. Radio Algeri fonda il diritto del colono e la sua certezza nella continuità storica della conquista e, quindi, del suo sfruttamento agricolo.

All'opposto, Radio Algeri è vista dalla popolazione « indigena », come una tecnologia dell'occupante nel quadro della dominazione coloniale, una tecnologia che non risponde a nessuno dei bisogni vitali del popolo oppresso. Oltre a ciò, l'algerino vede qualche cosa d'immorale nella radio che, con le sue « allusioni al sesso » e la sua rudezza creava situazioni di rottura nella famiglia musulmana. La maggior parte degli algerini non era coinvolta nel cosiddetto processo di civilizzazione di cui la radio è stato un fattore chiave. Radio Algeri era la radio degli occupanti e nient'altro, mentre i colonizzatori venuti dalla lontana Europa si lamentavano che senza il vino e la radio sarebbero stati ben presto « arabizzati ».

Dopo il 1945 incominciò a estendersi, dalla regione del Maghreb, la lotta dei nazionalisti algerini e la popolazione iniziò a manifestare un certo interesse nella radio, se non altro per ascoltare le informazioni internazionali trasmesse dalle emittenti di altri paesi arabi. La risposta delle autorità francesi fu quella di « algerinizzare » Radio Algeri e di incoraggiare la vendita di apparecchi radiofonici, operazione rivelatasi in seguito di notevole aiuto per tutta la popolazione algerina che, dopo lo scoppio rivoluzionario del 1954, fu così in grado di seguire più da vicino gli avvenimenti.

Il movimento di liberazione si rese subito conto che Radio Algeri forniva un'informazione troppo parziale del processo rivoluzionario. Nello stesso tempo la lotta di liberazione metteva l'algerino nelle condizioni di seguire passo

<sup>1</sup> F. Fanon, *Sociologia della Rivoluzione Algerina*, Einaudi, Torino 1972.

dopo passo il confronto con l'occupante. Fanon, a questo proposito scrive:

L'algerino, a quest'epoca, ha bisogno di elevare la sua esistenza al livello della Rivoluzione. Ha bisogno di essere nella vasta rete d'informazione; ha bisogno d'introdursi in un mondo dove succedono delle cose, dove gli avvenimenti esistono, in cui agiscono delle forze. All'informazione del nemico l'algerino deve contrapporre le sue proprie informazioni.

Di fronte alla stampa ufficiale che dava ogni giorno notizia delle sconfitte, dell'eliminazione delle « ultime bande di guerriglieri », l'algerino era costretto a combattere per disperazione, facendo costanti atti di fede, con una ostinata speranza. Oppure era preda di voci e informazioni approssimate e pericolosamente ottimistiche.

Certa stampa, specialmente alcuni giornali francesi come "Le monde" e "L'Express", che seguirono gli avvenimenti algerini con particolare correttezza e onestà, riuscì talvolta a soddisfare l'esigenza degli arabi di avere informazioni « oggettive ». Ben presto divenne però pericoloso comprare questi giornali apertamente nei chioschi per strada. Oltre a ciò bisogna considerare che una gran parte della popolazione algerina era analfabeta. Unica risposta a questa situazione non poteva essere che la radio. L'acquisto di una radio nell'Algeria del 1955 era l'unico mezzo per ottenere notizie della Rivoluzione da fonti che non fossero francesi.

Questa esigenza assunse un carattere irrinunciabile quando il popolo seppe che c'erano degli algerini al Cairo, che ogni giorno facevano il punto sulla lotta di liberazione. Dal Cairo, dalla Siria, da quasi tutti i paesi arabi le grandi pagine scritte nel *Gebel* dai fratelli, dai parenti, dagli amici ritornavano verso l'Algeria.

Per abituare gli algerini a identificarsi con la causa nazionale non bastava più passare attraverso la *Voce degli Arabi*.

L'ascolto della *Voce degli Arabi*, l'emittente che trasmetteva dal Cairo, era sicuramente molto utile e importante per abituare l'algerino a identificarsi con la causa nazionale, ma ormai lo sviluppo della rivoluzione rendeva necessario un altro livello nelle comunicazioni di massa. È da questa esigenza che alla fine del 1956 nasce la *Voce dell'Algeria combattente*, o libera. Le sue prime trasmissioni non solo diedero il via alla corsa all'acquisto di un apparecchio radiofoni-

co, ma anche a una nuova unità tra i leader della rivoluzione e le masse nel nome delle quali si stava combattendo contro i colonialisti francesi. L'avvenimento è ricordato così:

È nel 1956 che si produce il vero cambiamento. In quel periodo si distribuiscono infatti i volantini che annunciano l'esistenza della Voce dell'Algeria combattente. In meno di venti giorni tutte le riserve di apparecchi radiofonici sono esaurite e da questo momento l'acquisto di una radio non è più vissuto come l'adesione a una tecnica moderna d'informazione, ma come il solo modo di entrare in comunicazione con la rivoluzione, il solo modo di vivere con lei.

La Voce dell'Algeria combattente avrà, sul piano della coesione, dell'influenza diffusa nel popolo, un'importanza capitale. I francesi si rendono conto della potenza che l'iniziativa radiofonica minaccia di assumere e proibiscono l'acquisto di apparecchi riceventi che, da quel momento, potrà avvenire soltanto con la presentazione di un documento rilasciato dalle forze di sicurezza. In aggiunta i francesi incominciano a provocare disturbi e interferenze alle trasmissioni clandestine.

Questa misura giovò molto al rafforzamento del mito della radio: anche quando questa crepitava o sibilava era sempre la voce della verità. Più i francesi cercavano d'impedirne l'ascolto, più intensificavano la caccia all'emittente clandestina, più aumentava la credibilità della inafferrabile Voce. L'aver intercettato e ascoltato i suoi segnali era diventata un'occasione di orgoglio. Fanon confronta la reazione popolare con quella dei cittadini dei paesi europei occupati, durante la seconda guerra mondiale, dai tedeschi, che ascoltavano la BBC di Londra e, in particolare, i francesi che sentivano la voce di *Francia Libera*.

Ma, nel caso algerino l'influenza della radio fu ancora più profonda proprio per il particolare carattere del cambiamento dall'odio nei confronti del mezzo « infedele » alla dipendenza dalla voce della loro stessa lotta nazionale.

Se non fosse che l'esperienza della Voce dell'Algeria combattente è storicamente documentata e se non fosse per la serietà e l'affidabilità del cronista, si potrebbe addirittura accusare Franz Fanon di aver creato un mito. Crediamo quindi si possa affermare che il mezzo radiofonico sia stato importante per la rivoluzione algerina. Soprattutto nella

sua prima fase, in particolare quando il problema era ancora quello di diffondere una coscienza nazionale e la forza militare era ancora troppo piccola per avere un largo e immediato impatto sulla popolazione, un mezzo come la radio fu capace di raggiungere le masse e parlare loro con un linguaggio che si capiva e che era accolto amichevolmente. Sembra che in quella particolare fase storica le circostanze coincisero per dare alla radio la possibilità di provare la sua massima efficacia, ed è per questo che ci sembra giustificato ricordarla con particolare attenzione.

Nonostante le evidenti differenze che esistono tra i due casi considerati in questo paragrafo, sia la radio cubana, Radio Rebelde, sia quella algerina, *La Voix d'Algerie Combatant*, si tratta di emittenti che hanno avuto un periodo abbastanza lungo di messa a punto, di adattamento e di omogeneizzazione alle esigenze dei rispettivi movimenti di liberazione; in più quella algerina ha contribuito a far nascere una coscienza nazionale attiva tra le masse. In entrambi i casi la radio ha accompagnato e servito una battaglia che è risultata vincente.

### *Una emittente per la resistenza*

Esistono altre esperienze in cui di fronte ad improvvisi accadimenti politico-militari la radio è stato il mezzo per organizzare una risposta popolare.

Ci riferiamo qui ai due casi che toccarono, a dodici anni di distanza uno dall'altro, due paesi tra loro confinanti che fanno parte del medesimo « blocco », quello dei paesi socialisti. Il fatto politico-militare che ha colpito improvvisamente i due paesi, l'Ungheria prima e la Cecoslovacchia poi, consiste nella loro invasione da parte dei carri armati della loro alleata, l'Unione Sovietica, per imporre scelte politiche non accettate dalla maggior parte della popolazione.

Al tempo della sollevazione ungherese, nell'ottobre-novembre 1956, la rete radiofonica si trasformò per alcuni giorni in un sistema di trasmissioni clandestine a più teste, a cui si allacciarono direttamente anche alcune radio « grigie » di propaganda occidentale. Nella prima fase della rivolta, quando ancora sembrava che Imre Nagy — il premier

ungherese che aveva difeso l'autonomia del suo paese di fronte all'Unione Sovietica – avesse sotto controllo la situazione, emittenti clandestine come *Radio Petoefi* coordinarono le proprie trasmissioni con l'emittente ufficiale *Radio Kossuth*. Quando poi le truppe sovietiche avanzarono, nacque *Radio Kossuth libera* che si fuse subito con Radio Petoefi. Questo fu anche il segnale per la nascita di altre emittenti come *Radio Borsod Libera* installata nella Facoltà di Tecnologia dell'Università di Miskole, per diffondere anche in lingue estere trasmissioni che attivassero la solidarietà internazionale.

Dopo l'illusorio periodo di tregua dei combattimenti, l'emittente di Miskole cambiò il suo nome in quello dal suono più ufficiale di *Radio Emittente del Consiglio Nazionale del Nord e dell'Est Ungheria*. Ma non ci volle molto tempo per provare che in questo caso parole e titoli non erano sufficienti a cambiare l'indirizzo della realtà. Nonostante che questa, come altre radio « libere », che trasmettevano da Rajk e da Salgotarjan, fossero sorte per chiamare gli ungheresi alla resistenza contro l'invasione sovietica, le loro trasmissioni non durarono oltre il 4 novembre. Ecco l'ultimo appello lanciato verso l'occidente dalla rivolta ungherese attraverso una radio « libera »:

Popoli dell'Europa che noi abbiamo aiutato per secoli opponendoci agli attacchi barbarici dall'Asia. Ascoltate i rintocchi delle campane ungheresi che mettono in guardia dal disastro. Venite. Salvateci! Popoli civilizzati del mondo! Noi vi imploriamo in nome della giustizia, della libertà e del vincolante principio morale dell'attiva solidarietà di aiutarci. La nostra nave sta naufragando. La luce si sta spegnendo. Ora per ora. Nuvole nere si addensano sulla terra ungherese. Ascoltate il nostro grido, popoli civilizzati del mondo, e agite. Estendete il vostro aiuto fraterno fino a noi. S.O.S.! S.O.S.!

Le trasmissioni di radio improvvisate per propagandare la resistenza ungherese da allora non si sentirono più.

Nonostante la loro breve attività e la loro evidente impotenza di fronte ai carri armati, queste emittenti ebbero un profondo effetto sul morale dei resistenti ungheresi e svolsero un importante ruolo di coordinamento in un periodo di grande confusione. Inoltre la loro esperienza non fu inutile per la Cecoslovacchia che, dodici anni dopo si trovò in una situazione simile. In Cecoslovacchia la quasi miracolo-

sa continuità delle trasmissioni pro-Dubcek, che sfidavano l'ordine sovietico di accettare il nuovo regime, fu un fattore determinante per la resistenza all'invasore sovietico nella notte tra il 20 e il 21 agosto del 1968.

Nel periodo immediatamente successivo all'invasione sovietica, alcune emittenti locali continuarono a trasmettere programmi anti-sovietici dal quartier generale clandestino dove il governo si era ritirato in emergenza. Sembra che i tecnici sovietici abbiano avuto notevoli difficoltà a individuare i luoghi da cui partivano le trasmissioni, che ebbero un importante effetto sull'opinione pubblica mondiale nonché su quella cecoslovacca.

In quel periodo successe anche che le trasmissioni di queste emittenti, spesso deboli, fossero captate dalle radio occidentali e ritrasmesse direttamente, con maggior potenza, coprendo in tal modo aree del paese più estese.

I sovietici fecero circolare ben presto insistenti voci che mettevano in dubbio l'autenticità di quelle trasmissioni. *Radio Mosca* fece anche sapere, con un apposito rapporto, apparso all'inizio di settembre, che mentre l'esistenza di alcune radio clandestine operanti all'interno della Cecoslovacchia corrispondeva al vero, la maggior parte delle trasmissioni favorevoli al governo di Dubcek provenivano dai paesi occidentali. La BBC fu accusata di appoggiare la contraffazione e di essere in diretto contatto con « unità dell'esercito tedesco addette alla guerra psicologica » che operavano in direzione dei fatti cecoslovacchi. Prima di questo contratto formale i sovietici tentarono però di correre ai ripari cercando di infiltrarsi tra le trasmissioni clandestine con una radio « nera ». *Radio Vltava* incominciò a trasmettere subito dopo l'invasione sovietica da una stazione situata a Dresda. I suoi programmi di pura propaganda assunsero toni talmente violenti che il nuovo governo filosovietico fu costretto a protestare affermando che quei programmi intralciavano il piano di normalizzazione della situazione politica e sociale interna.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Altre notizie sulle radio clandestine in Ungheria e Cecoslovacchia sono in Julian Hale, *Radio Power*, P. Elek, London 1975 e in *La Rivoluzione Ungherese, una documentata cronaca degli avvenimenti attraverso le radio ungheresi*, A. Mondadori Editore, Milano 1957.



## Capitolo IX

### Il caso italiano

A partire dalla seconda metà degli anni '70 l'Italia si presenta come il terreno più adatto a sperimentare nuovi modelli organizzativi nel campo delle comunicazioni radiotelevisive.

La nuova legge in materia, che trasforma profondamente il monopolio di stato, e il contemporaneo svilupparsi di iniziative private, che creano a ritmo crescente una costellazione di emittenti locali, pongono improvvisamente il « caso italiano » all'attenzione e all'interesse di tutta l'Europa.

Ben presto l'Italia è considerata addirittura come un grande laboratorio in cui diverse forze politiche, economiche e sociali – intrecciate spesso da alleanze inconsuete – elaborano, sperimentano e verificano modelli organizzativi capaci di prefigurare i possibili sistemi radiofonici e televisivi europei degli anni '80.

Questo processo, che in alcune fasi assume un andamento del tutto spontaneo, porta in meno di due anni all'improvvisa legittimazione di un sistema radiotelevisivo « misto ».

L'intervento pubblico non gode più del regime di monopolio ed è costretto a lasciare uno spazio determinato all'iniziativa privata.

Volendo dar conto della complessità di tali avvenimenti è necessario risalire un poco nel tempo e individuare i principali fattori che li hanno messi in movimento. Va anche notato che le vicende di cui ci occupiamo in questo capitolo coinvolgono in una prima fase – quella riferita al rinnovamento del monopolio pubblico – la radio e la televisione nello stesso modo. Con la nascita e lo sviluppo dell'emittenza locale i due mezzi assumono nel processo generale un

ruolo e una fisionomia distinti: il mezzo radiofonico, proprio per le sue caratteristiche di « flessibilità e snellezza », farà da battistrada e si adatterà meglio ad una serie di esigenze « locali » a cui la televisione non potrà adattarsi.

### *All'origine della trasformazione*

Bisogna risalire almeno all'inizio degli anni '70 per individuare alcuni importanti elementi che hanno preparato e determinato in buona parte gli avvenimenti e i processi che qui ci interessano.

A quell'epoca prende infatti consistenza un vasto movimento che contesta la gestione della RAI e chiede che l'ente concessionario del monopolio pubblico radiotelevisivo sia riformato.

In questo stesso periodo sul mercato italiano incominciano ad essere disponibili tecnologie che vanno sotto il nome di « nuovi mezzi elettronici di comunicazione ».

Sulla spinta delle grandi lotte politiche e sociali che hanno segnato gli anni immediatamente precedenti e con il rinnovo dell'assetto statale avviato con l'istituzione delle Regioni il problema dell'organizzazione e della gestione della RAI torna con forza alla ribalta.

Il controllo assoluto del governo – o, con maggior precisione, del partito di maggioranza relativa – sulla RAI è sempre più soggetto alle critiche e agli attacchi da parte non solo dei partiti e delle organizzazioni di sinistra, ma anche da più ampi schieramenti sul fronte delle Regioni, dei sindacati, delle associazioni culturali.

Sono proprio le Regioni, i sindacati e l'associazionismo culturale di massa a promuovere una vasta opera di sensibilizzazione denunciando le gravi distorsioni nell'uso dei mezzi di informazione e di comunicazione di massa, indotte dal potere economico e politico dominante. Contemporaneamente anche all'interno della RAI si moltiplicano ed esplodono gravi contraddizioni.

In questi anni si incominciano a elaborare e a discutere i primi progetti di riforma e la vicina scadenza della ventennale convenzione tra lo stato e la RAI pone il problema del suo rinnovamento al centro delle trattative politiche.

Le resistenze alle proposte di riforma manifestate in particolare dal gruppo di potere che controlla la RAI, sono durissime. Cercando di avviare una ristrutturazione dell'ente per proprio conto, tale gruppo mantiene una posizione assai rigida sulla dipendenza della RAI dal governo, sull'accentramento organizzativo dell'ente, sull'organizzazione gerarchica e parcellizzata del lavoro.

Nello stesso tempo la disponibilità di nuove tecnologie elettroniche di produzione e di diffusione audiovisiva — da quelle di registrazione di immagini e suoni a quelle di distribuzione via cavo — aprono nuove prospettive. Se da una parte sembrano, per flessibilità d'uso e accessibilità di costi, idonei ad avviare il decentramento ideativo e produttivo della RAI, e possono assecondare le esigenze di comunicazione e di informazione espresse da gruppi e aggregazioni locali, dall'altra questi stessi mezzi offrono a gruppi economici e politici l'occasione di rilanciare la battaglia volta a rompere il monopolio pubblico radiotelevisivo e privatizzare il settore.

Si moltiplicano attività ed esperienze promosse da enti locali, da organizzazioni e associazioni che operano nel campo sociale e culturale di massa, da gruppi spontanei e di base che allargano la consapevolezza sui problemi della riforma della RAI e consolidano, sul piano locale, l'esigenza di mezzi di comunicazione e di informazione « nuovi »: mezzi basati su modelli produttivi e partecipativi più corrispondenti ai processi di socializzazione in atto. Si esplicitano anche le ipotesi socio-politiche che sorreggono le esperienze e gli interventi concreti. Da una parte emerge un'impostazione più sociologica, di derivazione nordamericana, che definisce il proprio intervento in base al concetto di « comunità » e rinuncia a quelle analisi e a quegli strumenti organizzativi in grado di dare all'intervento prospettive politiche più generali.

Dall'altra un'impostazione dell'intervento più politica, che ha come obiettivo una battaglia di trasformazione generale del sistema informativo e si organizza sul piano locale in base a un'analisi precisa delle contraddizioni e all'individuazione dei protagonisti dei processi sociali che hanno un interesse oggettivo a riappropriarsi dei mezzi di comunicazione.

Nascono in questo periodo anche le prime televisioni locali che usano il cavo coassiale come mezzo di distribuzione dei programmi.

Gli avvenimenti che si sviluppano intorno alla televisione via cavo considerati *ex-post* appaiono come la prova generale di un attacco al monopolio radiotelevisivo di stato che risulterà vincente solo qualche anno dopo. La novità tecnologica suscita infatti interessi contraddittori. Ci sono i fautori della privatizzazione che nel cavo, grazie all'elevato numero di canali da esso offerti alle trasmissioni, vedono l'occasione per superare la scarsità di frequenze, argomento questo su cui la Corte Costituzionale aveva basato, nel 1960, il suo giudizio a favore del monopolio pubblico. C'è anche chi vede nel cavo coassiale uno strumento idoneo alla promozione di un diverso modo di fare informazione, legato alla partecipazione di base e alla gestione sociale, rese possibili dalla flessibilità del mezzo di trasmissione e dalla pluralità di punti di produzione e di trasmissione con cui alimentare la programmazione.

Nei fatti, fin dall'inizio dietro la tanto rivendicata libertà d'informazione nei confronti del monopolio pubblico ci sono — per la maggior parte dei casi — ben più concreti obiettivi economici e commerciali. La legittimità dell'iniziativa privata nel campo della televisione via cavo viene però contestata dal governo e il problema giunge ben presto sul tavolo della Corte Costituzionale, in procinto di occuparsi anche del problema più generale della riforma della RAI.

### *L'intervento della Corte Costituzionale*

Le difficoltà nel trovare un accordo tra il governo e il movimento riformatore sul nuovo assetto da dare al monopolio radiotelevisivo creano una situazione d'*impasse* che si sblocca solo nel luglio del '74 con un intervento « plurimo » della Corte Costituzionale.

Tale intervento se da una parte costituisce il momento decisivo per l'avvio di una nuova legge in materia radiotelevisiva apre, nello stesso tempo, un periodo d'incertezza giuridica e dà adito a interpretazioni contraddittorie creando

così l'occasione « tecnica » per la nascita delle emittenti locali via etere d'iniziativa privata.

Con la sentenza n. 225 la Corte Costituzionale dichiara infatti illegittimo il monopolio pubblico fino a che il Parlamento non varerà una nuova legge in grado di garantire che la gestione del servizio pubblico persegua quei fini di utilità generale richiesti dalla Costituzione per poter riservare allo stato il servizio stesso.

Le finalità rispetto alle quali la RAI è giudicata inadempiente sono quelle di offrire al pubblico una gamma di servizi caratterizzati da « obbiettività e completezza dell'informazione », da « un'ampia apertura a tutte le correnti culturali », da « un'imparziale rappresentazione delle idee che si esprimono nella società e dall'esigenza di favorire e garantire il diritto di accesso ».

Nella stessa occasione la Corte emette un'altra sentenza (n. 226) con cui dichiara il monopolio pubblico non estendibile alle televisioni via cavo locali.

Il periodo che segue all'intervento della Corte Costituzionale registra una delle vicende parlamentari più confuse e difficili di quegli anni, che porterà, nell'aprile del '75, al varo di una nuova legge, la « legge di riforma della RAI », mentre nel paese inizia l'occupazione privata dei canali radiotelevisivi via etere.

La nuova legge, nonostante riaffermi la legittimità della riserva allo stato delle trasmissioni radiotelevisive via etere e preveda un ampio rinnovamento della RAI (sganciamento dal potere esecutivo e dipendenza dal parlamento, ruolo delle Regioni, riorganizzazione delle strutture aziendali, decentramento ideativo e produttivo, diritto d'accesso, ecc.) riflette la difficile mediazione di cui è frutto e accoglie solo in parte lo spirito e la sostanza delle proposte avanzate dal movimento riformatore. Movimento che da parte sua risulta indebolito da alcune incertezze e ambiguità, la maggiore delle quali sta nel grado di trasformazione e di mutamenti complessivi da apportare all'apparato radiotelevisivo: nella sua organizzazione interna, nei suoi modi di produzione, nei suoi rapporti con la realtà esterna.

## *Gli elementi che favoriscono lo sviluppo delle emittenti locali*

Le emittenti private locali nate nell'inter-regno tra l'intervento della Corte Costituzionale e l'emanazione della nuova legge – e, in base a questa, illegittime – si avviano verso uno sviluppo imprevedibile e « travolgente ». Frutto di iniziative che hanno natura e obiettivi diversi, il fenomeno trova un terreno fertile grazie alla congiuntura di fattori sociali, economici e politici assolutamente contraddittori.

A livello sociale si è formata, grazie anche al modo positivo con cui alcune forze avevano condotto la battaglia per la riforma della RAI, una diffusa sensibilità e consapevolezza sul ruolo e la necessità di mezzi di espressione e di comunicazione locali; si è consolidata una domanda reale di partecipazione e di accesso non solo al consumo ma anche alla produzione d'informazione e di cultura. Insieme a ciò si vanno affermando nuove forme di aggregazione giovanile.

Sul piano economico operatori e gruppi privati locali sono pronti a lanciarsi nel settore in vista di profitti diretti o indiretti. I grossi gruppi economici e finanziari sostengono il fenomeno senza, per ora, intervenire massicciamente in un'attività dagli esiti non ancora chiari – e ancora illegali – ma operano soprattutto attraverso la grande stampa « indipendente », per formare un'opinione pubblica favorevole all'emittenza privata.

“Panorama”, “L'Espresso”, “La Stampa”, il “Corriere della Sera”, “La Nazione”, “Il Resto del Carlino”, ecc., presentano e propongono le emittenti private come strumenti destinati a un'informazione « libera e democratica », come momenti di partecipazione e di creatività, mentre non perdono occasione per sottolineare, spesso in modo strumentale, la lentezza e le difficoltà con le quali si avvia la riforma della RAI. L'obiettivo evidente è quello di presentare in contrapposizione le emittenti private, indicate indiscriminatamente e acriticamente come momento dinamico e innovatore e un ente pubblico, la RAI, presentato come inevitabilmente elefantiacco, lottizzato, usurpatore di frequenze e incapace di rinnovarsi.

Per ogni tipo di emittente, da quelle commerciali, a quelle d'informazione a quelle politiche c'è l'occhio benevolo di

molta stampa e c'è anche la difesa gratuita assicurata da un'associazione, nata in gran fretta, che presta propri servizi legali gratuiti quando si presentano complicazioni giuridiche.

In tutto l'affare non manca certo, ma appare in questa prima fase meno in evidenza, l'interesse industriale dei produttori di mezzi elettronici che hanno un utile immediato nell'allargamento del mercato, mentre quelli che producono programmi e – soprattutto nel caso delle radio – le industrie discografiche vedono avvicinarsi un periodo particolarmente favorevole.

Sul piano politico lo sviluppo delle emittenti locali private trova il favore, nei fatti, di quei gruppi che considerano irrimediabilmente finito il proprio dominio – esercitato per tanti anni – sulla RAI. Da una parte questi gruppi cercano di limitare i guasti derivati dalla perdita dell'egemonia all'interno dell'azienda, dall'altra sembrano puntare al recupero del potere perduto – tutto o in parte – nel campo radiotelevisivo pubblico, favorendo lo sviluppo delle emittenti private. In fondo al processo di privatizzazione i più lungimiranti intravedono la formazione di oligopoli che finiranno nelle mani di gruppi economici e finanziari con i quali non sarà difficile trovare mediazioni e accordi politici.

Dalla parte delle forze che avevano dato vita al « fronte riformatore » si manifesta un atteggiamento preoccupato e incerto. Si vuole evitare di chiedere interventi direttamente repressivi che, tra l'altro, colpirebbero anche le ormai numerose iniziative sorte per rispondere a esigenze informative e culturali locali, ma si cerca di accelerare i tempi di attuazione della nuova legge radiotelevisiva sostenendo che la domanda di decentramento, di partecipazione, di pluralismo e accesso deve essere soddisfatta, prima di tutto, dal servizio pubblico riformato o, addirittura, soltanto nel suo ambito.

Si ritiene che soltanto l'ente pubblico debba essere delegato a garantire in modo stabile e generalizzato una gestione « democratica » del sistema radiotelevisivo, mentre si teme che la « proliferazione selvaggia » delle emittenti indebolisca la spinta riformatrice e vada nell'interesse non degli utenti, ma dei gruppi economici privati.

Le formazioni politiche dell'estrema sinistra, tradizional-

mente escluse dai grandi mezzi d'informazione, con i propri giornali a tiratura limitata e in condizioni economiche costantemente difficili, non avendo alcuna speranza che per loro la situazione possa migliorare con la riforma della RAI, pensano di trovare nelle emittenti radiofoniche uno strumento d'informazione, di mobilitazione e di propaganda particolarmente favorevole alle esigenze poste dalla loro attività politica e organizzativa.

Nel caso di queste formazioni ci si appoggia all'attività di simpatizzanti e militanti. Nel caso della maggior parte delle altre emittenti invece un elemento che ne ha favorito l'esistenza — apparso anzi indispensabile — sta nella presenza di una massa di giovani intellettuali disoccupati disposti a fare una nuova esperienza che lascia ampi margini alla spontaneità e alla creatività e che facilita i rapporti sociali. Per alcuni di questi giovani il lavoro in una radio sostituisce il lavoro e la militanza politica e, in prospettiva, può divenire un lavoro remunerato. Per quelli che già svolgono questa attività come lavoro si tratta di « lavoro nero », sottopagato ed escluso da qualsiasi garanzia. Le emittenti locali si sviluppano dunque grazie alle condizioni favorevoli createsi col convergere di elementi e obiettivi profondamente diversi e in contraddizione tra loro.

### *La fase dell'illegalità*

Nonostante la natura diversa e, per molti versi, contraddittoria delle sue componenti, il fenomeno dell'emittenza locale privata — come abbiamo visto — nasce in una situazione giuridicamente incerta e si consolida in una situazione diventata, dopo il varo della nuova legge radiotelevisiva, evidentemente illegale.

Se all'inizio del 1975 si tratta di poche unità presentate dalla stampa più come fatto curioso e di cronaca, che come origine di una profonda modificazione del sistema radiotelevisivo nazionale, nella primavera la situazione è già mutata. Le radio si contano ora a decine e nasce una prima associazione che intende offrire la consulenza legale in occasione di prevedibili contestazioni giudiziarie.

Le prime inchieste giornalistiche, i primi dibattiti trasfor-



mano ora « il fatto curioso e di cronaca » in un vero e proprio fenomeno.

Ci sono i primi sequestri giudiziari le prime denunce che colpiscono alcune radio più attive sul piano dell'informazione locale e, nell'estate dello stesso anno, giungono anche le prime sentenze dei pretori.

Queste sentenze rivelano due diversi atteggiamenti della magistratura: o i titolari delle emittenti incriminate sono assolti « perché il fatto non costituisce reato » o la sentenza è rimandata a un nuovo intervento della Corte Costituzionale in merito alla legittimità del monopolio pubblico esteso anche alle trasmissioni radiotelevisive via etere a raggio locale.

Fino a questo momento le radio private sono stimate intorno alle 150 unità, ma dopo le prime sentenze dei pretori il loro numero aumenta ancor più rapidamente.

Mentre il mezzo radiofonico costituisce in questa fase il fattore dinamico e svolge un ruolo trainante del fenomeno, la televisione avanza con più difficoltà e lentezza: l'impegno economico e organizzativo richiesto dalla televisione è infatti molto superiore e il grado di rischio è accentuato dall'incerta situazione legislativa e dal silenzio della Corte Costituzionale.

Quando, nell'estate dell'anno successivo, tale silenzio sarà « rotto » con l'intervento della Corte e si concluderà così la prima fase delle emittenti private – quella della illegalità appunto – le radio saranno già 600 e le televisioni 90.

In questa prima fase i connotati delle radio si sono già affermati con sufficiente precisione permettendo così di definire diversi « modelli » radiofonici. Tra questi almeno tre rappresentano tipi di emittenti consolidati in tutto il paese.

### *Radio commerciale, radio d'informazione, radio di propaganda*

Relativamente a questa fase, e ancora per molto tempo, è impossibile avviare un'analisi precisa e dettagliata del fenomeno, data la sua assoluta spontaneità e « irregolarità ». È però possibile individuare gruppi di radio che operano con

caratteristiche simili e che danno luogo a vere e proprie « grandi famiglie ».

La prima « grande famiglia » cui appartengono circa  $\frac{3}{4}$  delle iniziative è quella delle radio dette commerciali per il fatto che il loro unico o prevalente obiettivo è di natura economica. Si tratta di iniziative promosse da operatori economici locali, radiotecnici con qualche risparmio da investire e rischiare in un settore che presto potrebbe rivelarsi molto proficuo. A fianco di queste, in appoggio o direttamente, intervengono rivenditori di elettrodomestici e di prodotti musicali che nella radio vedono un formidabile mezzo per incrementare sia la vendita di dischi e di audio-cassette sia di apparecchi adatti a captare le trasmissioni delle radio locali. Le entrate economiche delle radio commerciali sono costituite quindi, in modo diretto, dagli introiti pubblicitari e, indirettamente, dall'incremento delle attività dei negozi di dischi, di elettrodomestici e delle discoteche collegate alle singole iniziative.

Per valutare gli interessi economici che già nella prima fase le radio locali mettono in moto basta pensare che le vendite di apparecchi radiofonici capaci di captare le loro trasmissioni (a modulazione di frequenza, MF) sono aumentate in un anno, il 1975, del mille per cento. In questo primo gruppo di radio i programmi musicali coprono circa il 90 per cento delle trasmissioni che si estendono per 10-15 ore al giorno. L'obiettivo è quello di trasmettere il maggior tempo possibile al minor costo. Più ore di trasmissione vogliono dire più pubblico raggiunto e quindi più facilità nell'acquistare inserti pubblicitari. Trasmettere musica impegna poco dal punto di vista organizzativo e della strutturazione del palinsesto e costa assai meno dei programmi realizzati in proprio. Non pagando neppure i diritti d'autore — cosa che accade per tutte le radio — i costi risultano poi ridotti al minimo. I notiziari, le rubriche e gli altri servizi informativi e culturali, quando esistono, servono solo a diversificare un poco i programmi musicali. Gli stacchi tra un disco e l'altro si risolvono spesso con una battuta in dialetto o in gergo, con barzellette o con confessioni personali dei disc-jokey di turno.

In generale l'effetto primario di queste radio è quello d'incrementare, con una successione di dischi, che appare spes-

so casuale, un consumo indiscriminato di prodotti musicali. Il modello professionale seguito da chi conduce i programmi è quello dei disc-jockey o dei presentatori delle radio anglosassoni, senza peraltro raggiungere la qualità. Il territorio privilegiato è quello delle grandi città e dei capoluoghi e il pubblico è normalmente quello che utilizza la radio come rumore di fondo durante lo svolgimento delle proprie attività o che si rivolge all'emittente solo per richiedere, o per dedicare, i brani musicali e le canzoni preferite.

La seconda « grande famiglia », a cui appartengono in questa fase tra il 10 e il 15 per cento delle iniziative, è costituita da quelle radio che, pur mantenendo alcune connotazioni simili a quelle delle radio commerciali, sono caratterizzate dalla volontà di svolgere un servizio culturale su scala locale, anche se in molti casi esse mancano di punti di riferimento e di obiettivi precisi.

Qui l'equilibrio economico si cerca attraverso una soluzione mista: oltre alla pubblicità — che spesso è accettata in modo selettivo — si sollecitano finanziamenti a fondo perduto di simpatizzanti e sostenitori, si organizzano manifestazioni culturali (teatro e soprattutto concerti), si tentano forme, raramente riuscite, di azionariato popolare e di contributi periodici degli utenti. Tra queste radio incominciano ad affermarsi gli unici tentativi seri di creare un nuovo modello, sia organizzativo che produttivo, più adeguato alle esigenze espressive e informative della collettività servita. Da queste, come vedremo, nasceranno le prime indicazioni concrete sia di un nuovo modo di « fare radio » sia di un nuovo sistema radiotelevisivo in cui si accompagni, a fianco del servizio pubblico, una rete di emittenti locali complementari ad esso e dove alle trasmissioni su scala nazionale si possano integrare quelle a livello regionale e locale.

È da queste radio che partono i primi tentativi di costruire collegamenti, non occasionali né strumentali, con le organizzazioni e le istituzioni locali. In alcuni casi è anche presente la volontà di avviare forme di partecipazione dei cittadini alla realizzazione dei programmi e forme di accesso delle forze politiche e delle formazioni culturali e sociali alle trasmissioni tramite programmi autogestiti.

I tempi di trasmissione sono qui occupati per circa il 50-60 per cento da musica e il resto da notiziari, inchieste, ru-

briche e dibattiti. Le scelte musicali rispondono a criteri culturali con l'intento anche di formare il pubblico all'ascolto di musica non d'evasione. In alcuni casi le ore di trasmissione sono suddivise in fasce orarie in modo da favorire l'ascolto di determinate categorie di utenti: casalinghe, giovani, studenti, anziani, militari, ecc.

Questa seconda « famiglia » comprende quelle radio che fanno il maggior sforzo per individuare quale ruolo utile – sul piano dell'informazione, della formazione, del dibattito culturale – le emittenti locali possono svolgere e, conseguentemente, che tipo di organizzazione devono darsi.

Dal momento che le indicazioni più valide in direzione di un nuovo « modello radiofonico » iniziano ad emergere proprio da questa categoria di radio, dedicheremo – lo abbiamo detto – uno dei seguenti paragrafi all'analisi dettagliata dei fattori innovativi più evidenti emersi da alcune di queste esperienze.

Una terza famiglia di radio, che in questa fase rappresenta una quota del tutto minoritaria, è costituita da emittenti che sono espressione diretta di gruppi, organizzazioni e partiti politici. Queste iniziative, in modo più o meno velato, perseguono come obiettivo prioritario quello di diffondere e propagandare il discorso politico di chi le promuove. L'attività di chi è impegnato in esse si risolve in una sorta di militanza e, in questo caso, l'equilibrio economico è garantito prevalentemente da un'apposita voce di bilancio della « stampa e propaganda » delle rispettive organizzazioni promotrici e dal sostegno finanziario dei militanti e dei simpatizzanti. L'esperienza di queste emittenti si dimostra ben presto per nulla nuova e anche scarsamente utile dal punto di vista dell'informazione, del dibattito e del confronto sui problemi locali: esse rappresentano necessariamente l'esempio opposto di quel pluralismo dell'informazione che in tutta la campagna a sostegno della liberalizzazione dell'emittenza locale era indicato come obiettivo da perseguire.

Nel caso di gruppi politici minoritari e con scarse strutture territoriali la radio, oltre a diventare un'indispensabile cassa di risonanza delle proprie iniziative si trasforma in un efficace strumento di organizzazione e di « chiamata a raccolta » per le manifestazioni, i sit-in, i cortei, ecc.

Nonostante che la distinzione tra questi tre gruppi si de-

linei ben presto con una fisionomia abbastanza precisa esistono in questa fase alcuni caratteri comuni a tutte le radio.

Il dilettantismo è la prima delle caratteristiche che accomuna tutti i tipi di emittenti viste fin qui e che pregiudica i risultati anche di chi intende contribuire al rinnovamento dell'informazione e dell'attività culturale locale. Pochi sono i casi in cui operano giornalisti professionisti, organizzatori culturali e persone che sappiano garantire un uso consapevole di così potenti e penetranti mezzi di comunicazione.

La casualità, l'improvvisazione, la precarietà, caratteristiche in sé non necessariamente negative, diventano quasi sempre il marchio distintivo di ogni programmazione. Bisogna notare che ad aumentare la precarietà di molte radio si aggiunge la costante difficoltà a raggiungere un soddisfacente equilibrio economico.

Il fattore che garantisce la maggiore flessibilità della gestione economica è costituito dall'attività spontanea e gratuita di moltissimi giovani provenienti dalle grosse file dei disoccupati intellettuali e dagli studenti in cerca di esperienza. Per molti la radio rappresenta una nuova forma di aggregazione, di espressione di gruppo, di cultura musicale. Poche sono le emittenti in cui le persone impegnate ricevono uno stipendio o « gettoni di presenza »; nessuna è in regola con le norme del diritto del lavoro e con gli accordi sindacali delle categorie assimilabili a questa nuova attività.

Tutto ciò costituisce il maggior impedimento alla formazione di una qualsiasi base organizzativa che trasformi le radio da un fenomeno effimero, « piovuto dal cielo », « che oggi c'è ma domani non si sa », a strutture ben radicate in una precisa realtà territoriale e sociale. L'unica prospettiva possibile è che l'esperienza man mano acquisita si trasformi in professionalità, ma molti si rendono conto che fino a quando le persone si sentiranno impegnate, non in un vero e proprio lavoro, ma semplicemente in un'attività divertente o in un passatempo ciò non potrà avvenire.

In questa fase il discorso sui livelli tecnici delle radio non è più felice dei precedenti. Anche se sono molti i segnali radiofonici che si ricevono, con una qualità accettabile, con i normali apparecchi riceventi, il 90% delle attrezzature di emissione non corrisponde ai livelli tecnici stabiliti dalle

convenzioni internazionali e ciò porta all'esistenza di molte interferenze e disturbi negli altri settori delle telecomunicazioni in radiofrequenza e a uno sfruttamento irrazionale del limitato spettro elettromagnetico. Per completare il quadro della fase pionieristica delle radio locali si possono ricordare alcuni dati supplementari.

La maggior parte delle emittenti radiofoniche hanno comportato fino a questo momento investimenti medi intorno ai 10-15 milioni di lire, ma ci sono radio nate con 2-3 milioni e altre con 30-40 milioni d'impianti.

Il numero medio di persone che ruotano intorno alle radio con diversi livelli d'impegno è di 30-35 unità, con minimi di 6-7 e massimi di 60-70 persone.

La quasi totalità delle radio sono proprietà di singoli o di società commerciali e circa il 10% sono gestite in forma cooperativa. In generale la voce assolutamente predominante nelle entrate complessive delle radio è rappresentata da pubblicità acquisita direttamente — è il caso di quella locale — o tramite agenzie concessionarie nazionali che da questo momento in poi acquisiranno un ruolo sempre più importante nella « regolamentazione spontanea » delle radio intese complessivamente.

### *Il laboratorio italiano*

Sembra che nessuno abbia né la forza né l'interesse a intervenire su un fenomeno che sul piano internazionale è additato come esempio di ciò che non si deve fare, sia che si voglia privatizzare sia che si voglia estendere il servizio pubblico fino a livello locale.

Il « caso italiano » se a prima vista può sembrare fino a questa fase del suo sviluppo l'esempio del disordine, del caos, della discrezionalità assoluta, osservato in un panorama più vasto e riferito a strategie più complesse appare piuttosto come un grande laboratorio dove si sperimentano « liberamente » tutte le formule per raggiungere certi obiettivi che chi opera sul mercato internazionale persegue. Tali obiettivi vanno cercati nel sistema economico più generale e nei rapporti di forza che in esso predominano.

Fino ad ora i più potenti mezzi di comunicazione di mas-

sa, la radio e la televisione, in Europa sono stati nelle mani dell'intervento pubblico. Benché organizzata secondo diverse formule, l'attività radiofonica e televisiva era considerata di rilevante interesse pubblico e si riteneva che sottoporre tale attività alla logica e alle regole del libero mercato potesse costituire un danno e recare distorsioni nella formazione, nell'educazione e nell'informazione dei cittadini.

Dove si erano creati spazi per l'intervento privato diretto, come nel Regno Unito, e dove la trasmissione di messaggi pubblicitari era diventata una voce fondamentale delle entrate degli enti concessionari, come in Francia e in Italia, ciò avveniva sulla base di rigidi controlli.

Ora la tendenza alla moltiplicazione delle emittenti e alla commercializzazione, o alla privatizzazione, della loro attività si impone come necessità assoluta dell'attività economica in cui prevalgono le regole dei grandi gruppi che producono e distribuiscono per il mercato mondiale. Se in altre epoche dello sviluppo capitalistico l'obiettivo delle industrie era ancora quello di adeguare i propri prodotti alle esigenze del pubblico e il quadro di riferimento di rado superava quello del mercato nazionale ora la situazione appare completamente rovesciata.

Le grandi produzioni si riferiscono a vastissimi mercati e a categorie disparate di consumatori: il problema è quindi di omogeneizzare il più possibile i gusti di tali consumatori e di adeguarli al tipo di prodotti che si vogliono vendere. Il processo appare così completamente ribaltato: ora sono i bisogni dei consumatori che devono essere formati sulla base della produzione che — assumendo dimensioni multinazionali — deve essere progettata, programmata e realizzata con grande anticipo. Sulla base di queste esigenze i mezzi che garantiscono i migliori risultati, a più basso costo, nell'adeguare e omogeneizzare i bisogni di milioni di consumatori alle esigenze e alle caratteristiche della produzione sono certamente i grandi mezzi di comunicazione di massa. Questi devono quindi aprirsi totalmente alle esigenze della pubblicità e del marketing che, oltre a creare la domanda di prodotti, indirettamente trasmettono anche tipi di comportamento e modelli di vita e ottengono così un risultato politico complementare a quello economico.

In questa logica la funzione dei mezzi di comunicazione

di massa muta radicalmente. Non è più quella di svolgere un'attività informativa, educativa, culturale, o di divertimento e di evasione. Si tratta invece di *produrre pubblico*, di esser capaci di attirare e trattenere con la normale programmazione ampie quote di pubblico a cui indirizzare i messaggi pubblicitari. I mezzi di comunicazione di massa, e soprattutto la radio e la televisione, nella logica economica dominante devono assolvere la funzione di anello di congiunzione tra pubblicità e pubblico.

Se quelle che abbiamo tratteggiato appartengono alle esigenze generali del sistema economico, nella moltiplicazione e nella privatizzazione delle emittenti ci sono anche interessi economici più immediati. Si tratta infatti di affermare nel campo radiotelevisivo, da una parte, la concentrazione della produzione dei programmi — siano essi musica, spettacolo, film, ecc. — e il loro mercato nelle mani di grandi *holdings* multinazionali e, dall'altra, una moltiplicazione dei canali di diffusione e dei mezzi di ricezione. In questa direzione si aggiungono poi anche i vantaggi ancor più diretti dei produttori e dei venditori di apparecchi e strumenti elettronici, sia di produzione che di trasmissione, di ricezione e di riproduzione di suoni e immagini.

Questo insieme di interessi assai complessi e articolati che raramente appaiono in modo esplicito, insieme alle condizioni favorevoli offerte dalla congiuntura italiana — che abbiamo cercato di delineare nelle pagine precedenti — spiegano l'apparente spontaneità e la velocità con cui il « laboratorio italiano » ha operato. Si sono viste in concreto le diverse strategie possibili e i modi d'intervento delle diverse forze interessate e si è potuto trarre una importante lezione per diffondere il fenomeno in altri paesi europei.

In seguito come si è detto vedremo come questo pullulare di iniziative ha permesso di avviare iniziative interessanti sul piano dell'organizzazione delle emittenti, di una nuova professionalità, di un diverso rapporto col pubblico e ha fornito spunti importanti per l'adeguamento della radio alle esigenze di espressione, di informazione e di intrattenimento sul piano locale.

Fino a questo momento l'attività delle emittenti locali, anche se piena di entusiasmi e speranze, è sospesa nell'in-



certezza e nella precarietà dovute allo stato di illegalità in cui esse operano.

Nonostante ciò, in questa prima fase – come si è visto – i tipi di emittenza radiofonica che saranno i principali protagonisti dello sviluppo successivo si sono già delineati con sufficiente precisione.

### *Le emittenti locali ottengono il diritto di esistenza*

Nel giugno del 1976, data in cui le radio sono ormai diverse centinaia e sono presenti in quasi tutto il territorio nazionale, avviene un fatto che segna una svolta fondamentale nel sistema radiotelevisivo italiano. La Corte Costituzionale, sollecitata dalle sentenze di molti pretori, rende noto finalmente il proprio giudizio sulla legittimità del monopolio pubblico radiotelevisivo. La corte riconferma la legittimità del monopolio pubblico, ma essa comprende ora soltanto le emissioni radiofoniche e televisive su scala nazionale. L'iniziativa privata è invece giudicata legittima – fatto assolutamente nuovo – nel caso di emittenti che limitano la loro diffusione all'ambito locale: ambito che dovrà essere definito, in una specifica legge di regolamentazione, non solo in base a criteri geofisici ma anche socio-culturali ed economici.

La svolta impressa dalla sentenza investe non solo il monopolio pubblico radiotelevisivo ma l'intero assetto delle comunicazioni di massa in Italia con riflessi diretti sulla stampa, sul cinema, sulle strutture pubblicitarie e, più in generale sull'industria della cultura e dello spettacolo.

Molti commentatori ritengono di assistere a una vera e propria inversione di tendenza della Corte Costituzionale, a una scelta determinata indirettamente dalle massicce pressioni esercitate in tal senso da quelle forze politiche più vicine agli interessi dei grandi potentati economici e finanziari. C'è anche chi attribuisce però parte della colpa – o del merito – all'assenza di una presa di posizione ferma e precisa da parte del « fronte riformatore » davanti allo sviluppo « illegittimo » dell'emittenza privata; presa di posizione che sarebbe stata ancor più necessaria vista la fase

così difficile e delicata di quel rinnovamento della RAI previsto dalla nuova legge.

È certamente difficile conoscere con precisione le motivazioni e i criteri extra-giuridici che hanno mosso la Corte, ammesso che questi siano realmente esistiti. Il fatto certo è che la legittimazione dell'iniziativa privata nel campo radiotelevisivo via etere ha una precisa valenza politica che muta il rapporto pubblico-privato nell'intera costellazione dei mezzi di comunicazione di massa.

Ma non sono pochi i giuristi che in questo caso sottolineano le contraddizioni della sentenza stessa.

Su questo punto è utile porre una certa attenzione perché la rilevata contraddittorietà della sentenza spiega in parte le difficoltà che le forze politiche e il legislatore hanno in seguito trovato nel definire una specifica legge di regolamentazione dell'emittenza locale. Difficoltà acuite dal fatto che a fronte di una sentenza « contraddittoria » si era consolidata, nel frattempo, una situazione di fatto « caotica » e difficilmente reversibile.

L'inconciliabilità tra le indicazioni della Corte e il *far west* delle antenne favorirà per molto tempo un fattore regolatore alternativo a quello giuridico: le leggi del mercato e della concorrenza con i propri meccanismi di concentrazione e di controllo del settore nelle mani dei gruppi economici e finanziari più forti e con l'espulsione o l'emarginazione delle iniziative più deboli e autonome.

Se all'inizio degli anni '80 è ancora difficile dire come sarà regolato giuridicamente il nuovo assetto pubblico-privato assunto dal sistema radiotelevisivo con la sentenza del 1976 è proprio a questa sentenza che bisogna porre attenzione.

È per questa ragione che vale la pena addentrarsi quel minimo indispensabile negli aspetti « tecnici » della sentenza, per porre in evidenza gli aspetti che sono stati oggetto delle maggiori critiche:

a) l'affermare che « allo stato attuale non risulta più sussistere la limitatezza tecnica per le trasmissioni via etere » postula per ogni aspirante imprenditore radiotelevisivo la possibilità di trasmettere: ma tale possibilità nei fatti poi non esiste, perché in una stessa area c'è lo spazio solo per un numero chiuso di emittenti, come ogni emittente privata ha

imparato a sapere grazie alle continue interferenze e sovrapposizioni con cui ha sempre dovuto fare i conti;

b) dal momento che le trasmissioni via cavo erano state liberalizzate con un precedente intervento della Corte Costituzionale (sentenza n. 226 del 1974) e che la nuova sentenza ritiene le trasmissioni via etere assimilabili a quelle via cavo, qualsiasi trattamento che discrimini i due mezzi di trasmissione risulta incostituzionale; quindi la possibilità tecnica di moltiplicare senza limiti il numero dei canali di trasmissione via cavo, viene automaticamente – ma erroneamente – trasferita e attribuita nella sentenza anche alle trasmissioni via etere nonostante nell'etere la situazione offra – come abbiamo detto – solo un *numero chiuso* di canali;

c) queste due affermazioni erronee portano a una terza affermazione altrettanto erronea: quella che *esclude*, in base alla presunta possibilità di moltiplicare all'infinito i canali di trasmissione via etere e ai bassi investimenti necessari per impiantare una stazione trasmittente, la tendenza alla formazione di monopoli ed oligopoli almeno su scala locale.

Ma oltre a ciò la legittimità dell'iniziativa privata nel settore radiotelevisivo ha rilievo anche su un piano più generale. Col suo riconoscimento si riunifica infatti il complessivo sistema dell'informazione – intesa in senso lato – e delle comunicazioni di massa nella logica che si è storicamente affermata per la stampa, l'editoria, il cinema, il teatro, ecc.

La radiotelevisione considerata fino a questo momento, almeno in linea di principio « un servizio pubblico essenziale e di preminente interesse generale » viene ricondotta nel sistema del mercato. Si riconosce quindi anche per essa la correlazione tra libertà di informazione, di espressione, e la « libertà d'impresa »; correlazione che è sempre stata sostenuta, come affermazione di principio, dalle forze più organiche al sistema economico capitalistico. Conseguenza evidente di tale principio è che la *libera* circolazione delle informazioni e delle idee non è che un aspetto della *libera* circolazione delle merci, in generale, sul mercato. Ma la realtà dei meccanismi operanti nell'attuale fase dell'economia capitalista tende a far prevalere le strutture concentrate e le forme oligopolistiche.

## *Un diverso sistema radiotelevisivo*

L'intervento della Corte Costituzionale attribuisce al sistema radiotelevisivo italiano una nuova configurazione.

Posti precisi limiti all'estensione del monopolio pubblico e legittimata l'iniziativa privata su un piano nuovo e rilevante il sistema radiotelevisivo si configura ora come un *sistema misto pubblico-privato* dove al servizio pubblico è riservato il livello di emissione nazionale — senza che ciò escluda la sua presenza anche in ambiti più ristretti come quelli regionali — e all'intervento privato è destinato l'ambito locale, la cui estensione è ancora da definire con precisione.

Apparentemente un tale sistema porta alla compresenza dell'intervento pubblico e di quello privato senza che ci siano conflitti o sovrapposizioni, condizionamenti o concorrenza reciproci. È previsto che dovranno essere approntati strumenti idonei a impedire la costituzione di catene di emittenti, di concentrazioni delle testate, di oligopoli. Ogni emittente dovrebbe essere locale e, in quanto tale, non essere in alcun modo un terminale di organizzazioni più vaste né tantomeno essere il momento decentrato di interessi economico-finanziari o politici nazionali o ancora più vasti. Inoltre l'introduzione di emittenti locali nel generale sistema dei mezzi di comunicazione di massa non avrebbe dovuto essere occasione di complicazioni e di spostamento di equilibri e di rapporti tra i singoli mezzi.

La situazione che si è prodotta con l'affermazione del nuovo sistema « misto » sino ad ora ha avuto effetti diversi.

L'emittenza privata ha come esclusiva fonte economica quella della pubblicità. Anche se tale fonte è alimentata in parte da nuovi inserzionisti, come i negozianti, le piccole attività commerciali e produttive locali, ecc., la maggior parte degli investimenti pubblicitari destinati ora alle emittenti locali sono sottratti ad altri mezzi come la stampa, già in gravi difficoltà economiche, il cinema e la stessa radiotelevisione pubblica. Da qui deriva un cambiamento generale nella ripartizione del gettito pubblicitario complessivo tra i vari mezzi di comunicazione e, in particolare, la corsa di tutte le testate giornalistiche alla conquista di una propria emittente locale per garantire il mantenimento, o l'aumento,

della propria quota pubblicitaria. L'integrazione tra stampa ed emittenza locale si afferma come una scelta diffusa che da una parte attribuisce una posizione privilegiata, e quindi di vantaggio nel rapporto concorrenziale con le altre, a quelle emittenti che possono utilizzare la struttura e i servizi giornalistici; dall'altra rafforza la concentrazione e l'omogeneizzazione del sistema generale dell'informazione in Italia e va quindi nella direzione opposta alla pluralità delle fonti e dei mezzi d'informazione.

Benché la costituzione di catene di emittenti e di altre forme che favoriscono la concentrazione delle iniziative nelle mani di pochi operatori sia formalmente proibita, ciò avviene di fatto attraverso diversi mezzi che vanno dalle agenzie concessionarie di pubblicità, agli accordi e ai consorzi tra emittenti, alle emittenti appartenenti alle stesse famiglie editoriali, alla concentrazione della produzione e della distribuzione di programmi.

Questo insieme di fatti ha come effetto di eludere la vocazione locale delle emittenti e di spingerle verso una generale omogeneizzazione della programmazione: programmazione che perde le connotazioni e i riferimenti locali e si appiattisce su programmi rivolti a un pubblico generico e indiscriminato, una programmazione che potrebbe essere trasmessa tanto a Varese come a Messina.

### *Le contraddizioni nello sviluppo delle radio locali*

Con la legittimazione riconosciuta dalla Corte Costituzionale si apre la seconda fase di sviluppo del fenomeno « emittenza locale ».

A questo punto, invece di seguire l'andamento di questa seconda fase — durante la quale molte iniziative si consolidano, aumentano considerevolmente gli investimenti e i livelli tecnici di molte emittenti, incomincia a porsi il problema del rapporto tra queste e la RAI, ecc. — ci sembra più interessante vedere come si presenta il nuovo modo di « fare radio » e le sue contraddizioni.

È in questa fase che la radio afferma in modo più preciso la sua specificità ed autonomia nei confronti della televisione: mentre il campo della radio presenta infatti un'ampia

varietà di esperienze e, in primo luogo, permette di distinguere le radio a fini esclusivamente commerciali da quelle che si propongono anche di promuovere processi diversi di socializzazione dell'informazione e della cultura, nel campo della televisione una tale distinzione non sembra ancora possibile.

È proprio nel campo della radio che il modello con cui operano tradizionalmente i mass media incomincia a mutare.

Mentre le radio « commerciali » in realtà non solo non rinnovano nulla, ma consolidano e aggravano la funzione passivizzante e alienante presente nell'uso tradizionale del mezzo radiofonico e non intendono correlare la loro attività alle esigenze e alle caratteristiche dell'ambiente in cui operano, le radio che hanno obiettivi culturali e informativi espliciti offrono un terreno più interessante di osservazione.

Le difficoltà che ogni processo innovatore comporta risultano dalle diverse posizioni assunte dalle radio nel loro rapporto col territorio e con l'ambiente sociale circostante, nei modelli produttivi adottati, e nel tipo di professionalità sviluppata.

Esistono radio che tendono ad essere articolazioni di un « corpo » centrale (politico o culturale) e che tendono quindi a esprimere gli interessi di questo « corpo », utilizzando le risorse locali o anche adattandosi ad alcune condizioni locali. Esistono invece radio che tendono ad essere effettivamente espressione di interessi locali o che, ancor più, tendono a riflettere al loro stesso interno la dialettica degli interessi e delle esigenze che emergono dai processi sociali e culturali in atto nella loro zona di emissione.

Esistono radio locali che tendono a funzionare come organismi chiusi, nei quali si elaborano i « messaggi » (o si scelgono e si trasmettono « messaggi » elaborati da altri « corpi » consimili) per influenzare o intrattenere l'utenza. Esistono radio che, invece, tendono a collegarsi più o meno organicamente con l'esterno, con i luoghi di aggregazione produttiva e sociale (fabbriche, scuole, quartieri). Esistono, infine, radio che tendono a funzionare da semplici strumenti di diffusione, completamente « aperti » alla « spontaneità » degli interventi.

Esistono radio che tendono a organizzarsi al loro interno secondo le linee della « professionalità » tradizionale, ripro-

ducendo — sia pure a livello di minore complessità — l'organizzazione del lavoro propria dell'industria culturale capitalista. Esistono radio che tendono a elaborare una nuova « professionalità », che mette in causa la tradizionale organizzazione del lavoro, stimola la partecipazione organizzata dei protagonisti dei processi in corso, cerca il contatto con le diverse situazioni nelle quali si realizza una produzione culturale di base. Esistono infine radio che tendono a negare la « professionalità », postulando che « tutti possono fare tutto » (ma, spesso, limitando questa presunta socializzazione totale delle mansioni e dei compiti all'interno dell'emittente).

È del tutto evidente che queste contraddizioni mettono in causa, a ciascun livello, la natura stessa e la *funzione sociale* dell'emittente. Una tendenza riproduce, a livello locale e magari in nuove forme, la logica del « corpo separato », della comunicazione a senso unico, della rigida separazione tra produzione e consumo.

All'opposto, l'altra tendenza mira a fare dell'emittente uno strumento di socializzazione della produzione oltre che del consumo e a moltiplicare le fonti dell'informazione e i luoghi di produzione, oltre che i canali di emissione. Infine, la tendenza che può apparire come quella più avanzata (quella che postula la radio « aperta » alla « spontaneità » e l'abolizione di ogni organizzazione del lavoro) sembra risolversi in una spinta alla mistificazione della « partecipazione » e nel dilettantismo.

### *Verso un nuovo modello radiofonico*

È arrivato il momento di tirare un po' le fila e vedere ciò che di veramente nuovo è nato dall'esperienza complessiva delle radio locali. Da una prima osservazione risulta che le indicazioni più interessanti vengono da un numero limitatissimo di emittenti, quelle che hanno impostato il loro lavoro con la precisa volontà di contraddire nei fatti i tradizionali apparati radiotelevisivi e i loro modi di operare.

Si può in questo caso parlare di un *nuovo modello*, capace di far assumere al mezzo radiofonico un diverso ruolo, di individuare un modo diverso di usare la radio?

Probabilmente dalle esperienze più avanzate in questa di-

rezione non emergono elementi sufficientemente articolati da configurare un nuovo modello radiofonico definito in tutte le sue parti. Ci sembra però che alcune acquisizioni importanti in questa direzione ci siano state soprattutto in riferimento alla nozione di ambito locale, al modello produttivo e al rapporto fra pubblico e privato.

### *Del « locale »*

La dimensione locale di una emittente non è sufficientemente individuata, né in base al raggio di diffusione, né in base al suo bacino di utenza.

Neppure i contenuti della programmazione o i rapporti che l'emittente ha con reti regionali o nazionali sono criteri sufficienti a determinare la sua specificità « locale ». Solo a partire dalla *funzione sociale* svolta dall'emittente in relazione ad una data collettività e la *corrispondenza di questa emittente alla domanda di informazione, di espressione, di socializzazione, di cultura e conoscenza individuata, come bisogno della collettività stessa*, una emittente svolge una funzione locale.

Ma se l'emittente si limitasse a riversare nel locale informazioni-cultura-conoscenza che hanno origini locali o sono frutto di una elaborazione realizzata altrove, si tratterebbe semplicemente di una cassa di risonanza del « localismo » o di un terminale locale di un apparato esterno.

L'emittente deve essere in grado, superando il rischio del ghetto, di operare sulla base di coordinate orizzontali e verticali. Si tratta di attivare una verifica continua dei processi e delle tendenze che si manifestano nel territorio in cui opera, rispetto a ciò che avviene in altri luoghi, dove è possibile istaurare termini di confronto utili, e con cui si possono realizzare rapporti di comunicazione.

Su un'altra ordinata, quella verticale, si tratta di collegare ciò che avviene nell'ambito locale in cui si opera a processi più generali, individuando le identità o le contraddizioni del caso. Si tratta anche, seguendo un altro percorso, di confrontare e verificare fatti e processi generali (regionali, nazionali e internazionali) per quanto è possibile con la specificità locale. Queste due direzioni di attività, che possono



correlarsi in diversi modi, assumono una funzione più completa se si realizzano con scambi e collegamenti tra emittenti che operano in altri ambiti locali o su scala regionale e nazionale.

Se da una parte l'attività dell'emittente, evitando di chiudersi nel ghetto localistico, deve poter confrontare il locale col generale, essa deve anche partire da fatti o situazioni generali per confrontarli con lo scenario locale.

### *Del « modello produttivo »*

La funzione sociale di un'emittente è garantita e si concretizza nel modo in cui avviene la produzione.

Partendo da una giusta critica al modo di produrre tradizionale, basato su una rigida divisione del lavoro, sulla parcellizzazione delle mansioni, sulla divisione sociale tra chi produce e chi consuma informazione e cultura in un non lontano periodo (quello in particolare che possiamo definire « della comunicazione comunitaria » e che per noi fu il tipico prodotto di importazione nord-americana), fu abbastanza diffusa l'opinione che le nuove tecnologie elettroniche avrebbero permesso di eliminare le funzioni del professionista dei *media*, considerato come scomodo diaframma tra l'apparato informativo e la realtà sociale.

Caratteristica del professionista di tipo tradizionale, inconciliabile con il modo di operare dell'emittente locale, è quella di attendere che i fatti accadano, che i processi si compiano, per poi ricostruirne l'accaduto *ex-post* sulla base di una sintesi individuale desunta da testimonianze singole e frazionate, raccolte direttamente o acquisite attraverso altri organi d'informazione.

La specificità del « modello produttivo » dell'emittente locale si basa su un *nuovo tipo di professionalità* (valida in generale) e su un diverso rapporto con i protagonisti dei processi reali, che si muovono nel territorio in cui si opera.

Per definire la nuova professionalità e il modello produttivo propri dell'emittente locale occorre rispondere alla domanda: chi produce informazione e sapere?

Riconoscendo a ogni individuo, la possibilità di essere fonte di informazione prima di tutto rispetto ai processi

reali di cui egli è protagonista, si costituisce il presupposto indispensabile per affermare condizioni concrete di partecipazione e accesso ai mezzi di comunicazione.

Occorre però mettere realmente in condizione i soggetti sociali, spesso esclusi dai mezzi di espressione necessari, di trasformare la propria esperienza concreta in informazione e conoscenza per gli altri.

È in questo ambito che si individua e definisce la nuova professionalità propria del modello produttivo dell'emittente locale. La nuova professionalità è volta a favorire, sostenere, attivare la capacità dei soggetti sociali di produrre informazione e conoscenza a partire dall'esperienza concreta a cui partecipano.

L'emittente locale operando in un territorio delimitato dove ha costruito rapporti organici con la realtà sociale qualifica il suo « modello produttivo » cogliendo e seguendo i processi nel loro divenire. Non tutti i fatti accadono incidentalmente o improvvisamente, molti di questi, e in genere quelli che incidono maggiormente, hanno anzi lunghi periodi di gestazione e sviluppo. Gestazione e sviluppo possono essere rilevati nel loro divenire, cercando un rapporto con chi li vive. Ciò vuol dire non limitarsi a ricostruire i processi *ex-post*, ma seguirli mentre si sviluppano attraverso i loro protagonisti, la loro dialettica concreta, il loro pluralismo reale.

Questo è il *pluralismo reale* che l'emittente deve esplicitare: *il pluralismo delle forze, delle tendenze che determinano un dato processo, un dato avvenimento; quello che interessa è la dialettica, sono le contraddizioni con cui i fatti si manifestano.*

La posizione e le interpretazioni dei vertici politici e istituzionali, importanti per capire l'impatto di ciò che è successo e necessarie per completare l'informazione, in questo caso costituiscono un elemento aggiuntivo di questo pluralismo.

L'emittente locale, presentando in questo modo i fatti, i processi, permette a chi ascolta di individuare le posizioni con cui rapportarsi e di riferire la realtà dei fatti alla propria esperienza concreta.

L'assenza completa di queste possibilità sono una delle cause dell'estraneità che la maggior parte del pubblico radio-

televisivo sente di fronte alle informazioni, anche quelle che si occupano di situazioni simili a quelle in cui vive e lavora.

Sulla base di questo modello produttivo, che opera seguendo forme di professionalità nuove e in un collegamento continuo e preciso con i processi reali e i loro protagonisti, avviene la *formazione del palinsesto*. Non più frutto della separatezza dell'emittente locale dalla realtà, il palinsesto è definito e determinato dalle scadenze, dai ritmi, dalle esigenze che si manifestano nella collettività. Le rubriche culturali non legate all'attualità, i programmi di varietà, la colonna musicale si integrano a questo quadro.

Un problema da approfondire prima di passare a un altro aspetto sta nel fatto che in base al modello produttivo delineato, chi opera nell'emittente deciderebbe i collegamenti con le situazioni esterne. I momenti in cui la collettività si organizza (dal piano politico-istituzionale, a quello sindacale, a quello di base, ecc.) devono invece essere in grado di svolgere un'azione coordinata di indicazione, sollecitazione, controllo democratico di massa sull'attività dell'emittente locale, solo modo, questo, che permette, in base al modello produttivo indicato sopra, di esplicitare la propria funzione sociale in modo né unilaterale né volontaristico. Occorre aprire quindi degli spazi di contrattazione, confronto e poi definizione della programmazione tra le forze sociali e l'emittente.

Troviamo così realizzata anche la nozione di partecipazione alla produzione, alla determinazione della programmazione e del palinsesto, partecipazione alla pianificazione delle attività.

### *Del rapporto pubblico-privato*

Quello radiotelevisivo è un insieme unitario che si realizza in una serie di canali ricevuti sugli apparecchi degli utenti, attraverso – si tratta della maggioranza dei casi – un unico mezzo da tutti considerato bene della collettività: l'etere.

Il rapporto pubblico-privato va preso in considerazione all'interno di questo insieme unitario e deve essere concepito, riteniamo, non in modo conflittuale né come rapporto tra due aree giustapposte. Occorre attribuire alle emittenti

locali una collocazione organica nel sistema radiotelevisivo complessivo e nello stesso tempo una funzione di rinnovamento e di trasformazione del servizio pubblico.

Il rapporto tra servizio pubblico e settore privato può saldarsi soltanto con quelle emittenti che svolgono una funzione sociale a determinare la quale partecipa la collettività interessata, sulla base del modello produttivo delineato in precedenza.

Le emittenti locali di questo tipo costituiscono per il servizio pubblico, la cui attività difficilmente raggiunge il livello locale, la *moltiplicazione* delle fonti di produzione e rappresentano per il complessivo sistema radiotelevisivo un allargamento della base produttiva di informazione, cultura, sapere, base produttiva radicata nei processi e nella dinamica delle diverse realtà di un paese.

Il ruolo produttivo che le emittenti locali possono svolgere per il servizio pubblico (regionale e nazionale) non ha nulla a che fare con la produzione che il servizio pubblico svolge in proprio, né con la produzione data in appalto all'esterno. Non si tratta, infatti, per il servizio pubblico di affidare alle emittenti locali, ciò che esso potrebbe produrre in proprio. Il rapporto tra ente radiotelevisivo pubblico ed esterno, nel caso delle emittenti locali, si pone per una produzione che non potrebbe in nessun modo essere realizzata da altri. Non avrebbe, d'altra parte, alcun senso per l'ente pubblico instaurare un rapporto produttivo con una emittente che sul piano locale riproduce la logica del « corpo separato ».

Una presenza capillare di emittenti locali collegate organicamente al territorio, ai luoghi di produzione e di aggregazione sociale, di ideazione e realizzazione culturale, che l'ente pubblico non considerasse semplicemente come possibili terminali, ma con cui instaurasse forme di collaborazione permanenti, costituirebbe l'allargamento della *superficie di contatto* e di scambio, di interazione tra servizio pubblico e realtà del paese.

### *Conclusioni*

In Italia il fenomeno delle radio locali non impressiona più tanto per il numero raggiunto, quanto per il fatto che non

accenna a diminuire. A conferma di quanto si è detto in precedenza il caso italiano sembra proprio indicare la validità della linea di diversificazione dell'offerta radiofonica. In Italia, come è noto, la riforma dell'ente radiotelevisivo pubblico è andata nella direzione opposta. I tre programmi nazionali, invece che differenziarsi alla ricerca ciascuno del proprio pubblico si sono omogeneizzati articolandosi al proprio interno come se ciascuno dovesse servire da solo l'intera *audience*. E questo proprio nel momento in cui le radio locali private, non foss'altro che per il loro numero, finivano col costituire un'offerta la più varia e articolata possibile. I risultati si sono presto visti: in pochi anni le tre reti radiofoniche pubbliche hanno perso complessivamente più del cinquanta per cento dell'ascolto nazionale. Nello stesso tempo quelle *minoranze* che con cura e passione seguivano le trasmissioni *culturali* del *Terzo Programma* nazionale non sanno più dove rivolgersi.

Oggi i dati dell'ascolto radiofonico della RAI sembrano in leggera crescita ma quanto ciò sia dovuto a una più accorta utilizzazione dei metodi di indagine statistica ovvero alla qualità generalmente bassa delle radio locali private, non è dato sapere.

Il rilancio della radio, anche in Italia, resta comunque affidato a una ulteriore riforma della radiofonia pubblica che sappia finalmente tenere in giusto conto le nuove caratteristiche di specializzazione cui la radio, non più sola dominatrice delle comunicazioni hertziane, deve necessariamente aderire; e che sappia valutare adeguatamente l'importanza acquisita dalle radio locali, comprese quelle private, che si configurano sul piano internazionale come il vero e proprio *asso nella manica* di una futura espansione della radio.

## Prospettive della radio negli anni '80

Il 10 luglio del 1962 una sfera di poco più di un metro di diametro e del peso di circa 80 kg, composta da sedicimila parti e alimentata da una batteria caricata da tremilaseicento cellule solari fu lanciata in orbita dalla base americana di Cape Canaveral. Questo oggetto aveva un nome: *Telstar-1*, il primo satellite artificiale capace di ritrasmettere ogni tipo di comunicazione, compresa la televisione. Come la posa del primo cavo transatlantico e l'invio del primo segnale radio attraverso l'oceano, questo evento segnava l'inizio di una nuova era nelle telecomunicazioni. *Telstar-1* fu lanciato dall'ente spaziale americano NASA (National Aeronautic and Space Administration) per conto della American Telephone & Telegraph. Alle sue spalle aveva miliardi di dollari di investimenti pubblici nell'esplorazione dello spazio e gli interessi privati di un colosso delle comunicazioni.

Nel consiglio di amministrazione di *Comsat Corporation*, il consorzio nato alla fine del 1962 per gestire le comunicazioni via satellite, siedono i rappresentanti della AT & T, della RCA, della Western Union International, della IT & T, proprietarie del cinquanta per cento delle azioni (l'altro cinquanta per cento appartiene a piccoli azionisti), sigle e nomi che in questo libro abbiamo più volte incontrate nel descrivere le vicende della radio. Come la radio il satellite americano appartiene ai privati.

Quando entrò in orbita, *Telstar-1* era già obsoleto. La sua capacità di collegamento era infatti limitata alle zone della terra che in ogni dato momento rientravano nel suo orizzonte ottico.

Già nel 1945 lo scienziato e scrittore di fantascienza in-

glese Arthur C. Clarke aveva delineato in un articolo su "Wireless World" la possibilità di un satellite che si sarebbe mosso in un'orbita sincrona con la rotazione della terra sì da apparire fermo in un punto fisso dello spazio. Mentre *Telstar-1* iniziava la sua carriera un satellite *geosincrono* era già in fase di avanzata costruzione nei laboratori della *Hughes Aircraft Corporation* e ai primi del 1963 fu lanciato nello spazio dando il via alla seconda generazione di satelliti. Ma anche questa generazione ha un suo limite. I satelliti geosincroni possono coprire aree vastissime della superficie terrestre ma hanno bisogno di stazioni a terra che ne ritrasmettano i segnali sulle reti di distribuzione, e queste stazioni hanno costi di impianto notevolissimi.

Ancora Clarke nel 1959 aveva individuato la possibilità di una terza generazione di satelliti; geosincroni anche questi, ma capaci di irradiare direttamente i loro segnali verso antenne domestiche senza passare attraverso le stazioni di terra.

Agli inizi degli anni '80 questi satelliti aspettano solo una codificazione legale, che uscirà prima o poi dalle conferenze dell'ITU, e l'abbassamento dei costi delle antenne riceventi che non sono ancora alla portata di tutti.

È in questo quadro, dominato dal prossimo avvento della trasmissione diretta via satellite di segnali telefonici, radiofonici, televisivi, che va collocato ogni discorso sul futuro della radio.

Abbiamo detto di come la radio abbia saputo rilanciarsi dopo l'avvento della televisione attraverso la diversificazione dei suoi programmi, la ricerca di pubblici specifici e il passaggio a dimensioni comunicative locali. Ma questa stessa strada potrebbe presto diventare quella della televisione.

Se è vero che la radio ha tenuto negli anni '60 e ha saputo rilanciarsi negli anni '70 proprio differenziandosi radicalmente dalla televisione, cosa accadrà se, come molti indizi lasciano intendere, sarà la televisione che negli anni '80 procederà a diversificare le sue funzioni e a orientarsi verso gruppi specifici di utenze invece che alla massa? Negli Stati Uniti gli utenti della televisione via cavo, che offre opzioni fino a trenta canali diversi, hanno superato la quota dei venti milioni. Più di cinque milioni, e in continua ascesa, sono gli abbonati alla *pay television*, la televisione che offre

su cavo servizi specifici a pagamento su richiesta dell'utente. In Canada più dell'ottanta per cento delle abitazioni sono già predisposte all'allacciamento dei cavi, e dovunque operano, i monopoli pubblici televisivi sono soggetti alla sfida di compagnie televisive private e commerciali sempre più agguerrite che si rivolgono a utenze locali.

Gli anni '80 insomma presentano una televisione in piena fase evolutiva dove l'effetto combinato dell'evoluzione tecnologica e delle esigenze commerciali sembra preparare un futuro di comunicazione sempre meno di massa e sempre più individualizzata.

La radio si avvia dunque a un nuovo confronto, a una nuova crisi? E le nuove tecnologie potranno in qualche modo favorirla? Le prospettive non sono incoraggianti. Una ulteriore diversificazione imporrebbe l'aumento dei canali di trasmissione, ma già sulle onde medie e lunghe regna il caos totale non appena si verificano esigenze imprevedute. Qualche speranza potrebbe venire dalla modulazione di frequenza, ma in molti paesi la banda FM è già satura e non si può allargare lo spazio che i programmi radiofonici vi occupano senza toglierne ai servizi di polizia e altri servizi ufficiali. Dovrà forse la radio rivolgersi al cavo?, o converrà che le siano riservate sin d'ora talune frequenze in vista di una futura diffusione diretta via satellite? La situazione internazionale *delle frequenze* è caratterizzata, come in economia, da un pesante squilibrio fra *nord* e *sud*. A paesi che spingono verso un utilizzo differenziato di frequenze sempre più elevate, si contrappongono paesi che a malapena possono permettersi una rete radio nazionale. La scelta, se affidata esclusivamente alla tecnologia, si fa quindi sempre più difficile. D'altra parte una ulteriore diversificazione potrebbe finire col danneggiare la radio portando una eccessiva frammentazione del suo pubblico. È opinione comune che sul piano nazionale quattro canali radio rappresentino una soglia massima oltre la quale non è consigliabile andare, ma una differenziazione più spinta potrebbe invece applicarsi a scala regionale e locale. In molti paesi la radiofonia regionale è già da tempo una realtà operante; solo in Germania, tuttavia, per ragioni di ordine storico e politico, questa ha preso la forma di autonome stazioni che trasmettono programmi indipendenti con trasmettitori propri. Negli altri paesi le



stazioni radio regionali hanno rappresentato una fase del processo di sviluppo delle radiofonie nazionali e hanno funzionato quasi sempre come *network*. Ma proprio per questo tutti i grandi enti radiofonici nazionali dispongono di centri di produzione regionale, le cui emissioni talvolta si distaccano dalla rete per venire diffuse a scala regionale.

La radio regionale comunque non rappresenta che uno stadio transitorio nel processo di decentramento. La BBC è stata ancora una volta il primo organismo che ha osato ridurre lo spazio accordato alla radiofonia regionale per tentare la carta delle stazioni radio locali. Il successo incontrato da queste emittenti è un dato incoraggiante. Dotate di attrezzature leggere costano relativamente poco al servizio pubblico; e quelle che operano a più piccola scala sono proprio quelle che hanno maggiore successo. Queste emittenti parlano direttamente a una comunità ridotta dei problemi grandi e piccoli che la interessano, rendono un servizio utile, dialogano con la gente, la interrogano, fanno intervenire personaggi noti e anonimi individui. Grazie alla struttura decentrata dell'educazione inglese esse giocano un ruolo rilevante anche nel settore educativo. A partire dal 1980 la BBC procederà a una ulteriore riduzione di scala avviando la sperimentazione di una serie di radio di quartiere. Inizialmente queste emittenti saranno mobili e rimarranno in zona solo il tempo necessario a sviluppare nella comunità e negli organismi di base l'*eventuale* interesse a installare una radio di zona. Secondo valutazioni della BBC le radio locali inglesi, tra pubbliche e private, dovrebbero comunque superare il centinaio nei prossimi anni.

Un esperimento analogo ha preso il via nella primavera del 1979 in Svezia dopo il buon successo delle trenta stazioni locali lanciate da Sverige Radio nel 1975. *NärRadio*, così si chiamano le radio di quartiere svedesi, interamente affidate a gruppi locali operanti in quindici aree sperimentali corrispondenti a comunità differenziate che vanno dalle aree urbane centrali densamente popolate alle periferie e alle zone rurali. Più di cinquecentoquaranta organizzazioni, fra partiti politici, sindacati, gruppi religiosi, associazioni culturali e artistiche, gruppi di inquilini e di consumatori, istituzioni educative e di formazione professionale prendono parte all'esperimento. Gli impianti sono forniti dal-

l'ente nazionale per le telecomunicazioni mentre gli studi devono essere allestiti dagli organismi che partecipano alla sperimentazione con l'ausilio delle autorità locali. Sono rigidamente esclusi dall'esperimento organizzazioni commerciali e gruppi che puntano a realizzare un profitto dall'attività radiofonica.

Il decentramento geografico favorisce la delega dei poteri, non solo rispetto ai contenuti dei programmi ma anche rispetto alla generale organizzazione delle stazioni e al reperimento dei finanziamenti, un problema quest'ultimo tutt'altro che secondario se si vuole evitare che le radio locali diventino imprese commerciali finanziate dalla pubblicità con la scusa di non gravare sui bilanci pubblici. Le radio locali, proprio per il tipo di servizio che svolgono potranno invece trovare negli organismi del decentramento pubblico, nelle istituzioni educative, nelle autorità locali nuove fonti di finanziamento.

Il movimento verso le radio locali dovrebbe dunque essere una delle caratteristiche evolutive della radio negli anni '80, che dovrà riguardare più d'ogni altro gli organismi pubblici, dal momento che, come insegna il caso italiano, l'iniziativa privata si svolge già adesso nell'ambito locale. E a questo proposito bisognerà che una regolamentazione sia imposta per fare giustizia, una volta per tutte, della confusione di comodo fra *comunicazione* e *consumo* sulla quale proliferano troppe radio private.

Il movimento verso le radio locali potrà finalmente favorire l'innescò di reali processi di partecipazione strutturata. In questa direzione i grandi organismi radiofonici vanno sperimentando da anni quattro formule:

– la *radio-atelier*, a carattere prioritariamente educativo, consiste nella realizzazione di programmi radiofonici autonomi da parte di gruppi di giovani che così imparano concretamente a fare radio;

– la *radio-tribuna*, che consente di intervenire liberamente sia direttamente al microfono sia attraverso il telefono;

– la *radio di intervento sociale*, che è una variazione della precedente orientata a intervenire direttamente su terreni di conflitto di comunità;

– la *radio-happening*, emissioni affidate a gruppi creativi e quindi non prioritariamente strutturate.

Altre formule potranno derivare dalla sperimentazione più recente, soprattutto se le radio locali riusciranno ad allargare al grande pubblico la logica che ne ha sin qui orientato la politica, quella cioè di servire pubblici particolari privi di strumenti di comunicazione: gruppi etnici, comunità isolate, casi sociali, persone sfavorite sul piano culturale.

È vero che in questo suo ridursi di scala, in questo andare verso un diverso rapporto col pubblico, la radio degli anni '80 potrebbe di nuovo incontrare sulla sua strada una televisione lanciata verso i medesimi obiettivi. E non è detto che questo sia necessariamente un male se si scegliesse per i due mezzi la strada dell'integrazione funzionale a obiettivi sociali specifici, invece che la strada dello scontro. Ma è anche vero che in tempi di stretta economica può essere pura follia consentire alla televisione di occupare, con le sue costose attrezzature, un ambito locale. Per le funzioni che una stazione locale deve interpretare l'*immagine* può non essere necessaria, può essere insomma come già accade pura ridondanza. Dopo sessant'anni la radio ha forse ritrovato il suo luogo di residenza naturale. Ma questo ritorno alle origini non significa necessariamente una rinuncia. Ritorno al locale non significa soltanto avvicinarsi ai bisogni degli utenti, ma anche moltiplicare le fonti dell'informazione e allargare la base produttiva del sistema più generale. Al contrario è proprio ripartendo dall'ambito locale che la radio degli anni '80 potrà innescare un processo di trasformazione dello scenario nazionale e internazionale della comunicazione.

## La politica delle frequenze nell'era dei satelliti

### *Frequenze per i satelliti*

I satelliti di comunicazione, anche se hanno incominciato ad operare negli anni '60, solo negli anni '70 si sono imposti come elemento trainante di quella « rivoluzione delle comunicazioni » che ha caratterizzato l'ultimo decennio. Mentre gli anni '60 sono stati quelli in cui l'esplorazione scientifica dello spazio è giunta a maturazione, gli anni '70 hanno inaugurato l'era dello sfruttamento economico dello spazio sul piano internazionale.

Le attribuzioni di frequenze per le comunicazioni via satellite si sono svolte attraverso diversi appuntamenti dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni (UIT). Tra questi, quello che ha avuto maggiore rilevanza in materia radiotelevisiva si è svolto a Ginevra nel gennaio-febbraio del 1977.

L'obiettivo della « Conferenza amministrativa mondiale delle radiofrequenze per i satelliti a diffusione diretta » — questo il titolo ufficiale della conferenza — è stato di definire e di concordare tra gli aventi diritto (gli stati) un piano di ripartizione e di allocazione delle frequenze che — in una conferenza precedente — erano già state riservate a questo tipo di servizio via satellite.

Si tratta qui di satelliti caratterizzati fondamentalmente da due elementi:

a) sono geostazionari, o geosincroni; sono posti cioè a 36.000 km sulla verticale dell'equatore, posizione che permette loro di ruotare intorno alla terra alla stessa velocità con cui la terra ruota intorno al proprio asse e quindi di mantenere una posizione virtualmente fissa rispetto alle regioni sottostanti della terra;

b) ritrasmettono i segnali radiofonici e televisivi con una potenza sufficiente a essere captata tramite piccole antenne; antenne che vanno puntate una volta per tutte in direzione del satellite e che, dato il loro scarso ingombro e il loro prezzo, possono essere acquisite anche da piccole comunità o, direttamente dai singoli utenti.

Nel campo radiotelevisivo due sono i principali vantaggi derivati da questo tipo di satelliti. Da una parte la copertura totale dei territori sottostanti, con l'eliminazione completa di zone d'ombra. Dall'altra l'eliminazione della rete di collegamenti a terra e delle relative infrastrutture a cui corrisponde una diminuzione dei costi d'investimento e di gestione delle trasmissioni. Ci riferiamo qui ad aree di paesi come la Francia, l'Italia, la Germania, al Giappone, a molti paesi del « terzo mondo », ad aree cioè che per le caratteristiche geofisiche del loro territorio possono trarre evidenti vantaggi e una « liberazione » di frequenze a terra.

Il ruolo che i satelliti a diffusione diretta occuperanno nelle comunicazioni degli anni '80 giustificano un'attenzione particolare per la Conferenza di Ginevra del 1977.

I piani di ripartizione messi a punto in questa occasione riguardano le Regioni 1 e 3 (Europa, Africa, Asia e Australia) mentre i rappresentanti della Regione 2 (le Americhe) hanno preferito accordarsi su alcuni punti preliminari, rimandando la definizione di un piano di ripartizione al 1983.

Nelle Regioni 1 e 3, dove le frequenze in discussione sono riservate esclusivamente ai satelliti a diffusione diretta, i governi dei paesi coinvolti hanno voluto fissare le allocazioni preventivamente e hanno pianificato uno schema che attribuisce a ogni paese 5 canali per le trasmissioni radiotelevisive dirette via satellite. Va qui ricordato che a un canale televisivo corrispondono 16 canali radiofonici.

Nella regione « americana », invece, i satelliti a diffusione diretta dividono le bande di frequenza a loro destinate con le trasmissioni punto-a-punto via satellite e con i servizi terrestri. Ciò quindi facilita il manifestarsi di interferenze e disturbi reciproci.

Ufficialmente è questa la ragione per cui sia gli Stati Uniti sia il Canada hanno preferito rimandare all' '82 la definitiva messa a punto di un piano di ripartizione e hanno difeso

il concetto dello « evolutionary planing », di un piano cioè frutto di aggiustamenti successivi che escluda quindi attribuzioni preventive e definitive. Ma la ragione politica che sta dietro questa decisione è la preoccupazione suscitata nei nordamericani dal nuovo criterio di allocazione che per la prima volta nella storia delle frequenze si è affermato a Ginevra nel '77.

Nella ripartizione mondiale delle frequenze è sempre prevalso l'interesse dei paesi industrializzati su quello dei paesi in via di sviluppo a tal punto che i primi, pur rappresentando il 10% della popolazione mondiale occupano il 90% delle frequenze disponibili per le telecomunicazioni mentre i secondi rappresentano il 90% della popolazione mondiale e occupano il 10% delle frequenze.

Ciò è potuto avvenire perché è sempre valso il principio che le frequenze dovessero in generale essere occupate da chi ne aveva bisogno e da chi era in grado di utilizzarle: da chi aveva, cioè, a disposizione la tecnologia per usarle. Questi principi escludevano quindi automaticamente tutti i paesi che non erano in grado di produrre, acquistare o gestire gli strumenti sempre più sofisticati che l'impiego di altissime frequenze richiedevano.

Con la Conferenza di Ginevra del '77 si afferma, anche se per ora in un settore delimitato, il principio dell'allocazione e della ripartizione *preventiva* delle frequenze tra i paesi aventi diritto. Vuol dire che « grandi » paesi come l'Italia, la Francia, la Germania, l'Inghilterra, la Spagna hanno ottenuto la stessa quantità di frequenze di « piccoli » paesi come San Marino, Andorra, Monaco, Lussemburgo.

Ciò a prescindere dal fatto che questi paesi utilizzino o meno le frequenze a loro destinate. Anzi appare evidente che i « piccoli » paesi non hanno alcun interesse a utilizzare un satellite per diffondere i propri programmi radiofonici e televisivi nei loro territori, la cui estensione non supera la misura di qualche chilometro quadrato.

Da tutto ciò appare evidente che i paesi nordamericani temono di vedersi ridurre le frequenze a favore di qualche piccolo paese del Centro o del Sud America.

Oltre all'affermazione di questo nuovo principio, in cui — come vedremo — s'imbatterà di nuovo la comunità internazionale due anni dopo, in occasione della Conferenza Am-

ministrativa Mondiale delle Radiocomunicazioni, vediamo cosa è emerso dalla conferenza ginevrina del '77. Il testo pubblicato a conclusione dei lavori contiene la definizione dei metodi di applicazione del Piano e le procedure di coordinamento tra le diverse aree di servizio.

Il Piano per i servizi di diffusione diretta via satellite nelle bande di frequenza 11,7-12,2 GHz (per la Regione 3) e 11,7-12,5 (per la Regione 1) è presentato in 42 pagine di tavole elaborate dal computer. Le tavole comprendono le informazioni relative alle frequenze assegnate e le posizioni orbitali per le Regioni 1 e 3, in ordine di canali da 1 a 40. La Regione 1 ha 40 canali mentre la Regione 3 ha solo 24 canali. Le posizioni orbitali assegnate ai paesi europei vanno da 5° est a 37° ovest. Oltre a queste e a molte altre indicazioni tecniche il testo finale della Conferenza sottolinea due importanti principi generali:

a) l'importanza di impiegare il massimo sforzo nell'utilizzare nel miglior modo possibile lo spettro delle radiofrequenze e le posizioni orbitali geostazionarie come la necessità di uno sviluppo ordinato dei servizi cui le bande di frequenza, qui prese in considerazione, sono destinate;

b) gli eguali diritti di ogni paese, piccolo o grande che sia, compresi quei paesi che non sono rappresentati alla Conferenza.

La « Conferenza amministrativa mondiale delle radiofrequenze per i satelliti a diffusione diretta » del 1977 ha rappresentato la prima occasione in cui è emerso con evidenza il fatto che i problemi tecnici di ripartizione e di allocazione delle frequenze comportano ancor più complessi problemi di ordine politico. La scelta dei paesi americani di rimandare all' '83 la Conferenza relativa alla loro zona è il risultato delle difficoltà « politiche » in cui Stati Uniti e Canada si sono trovati di fronte alla minaccia di essere considerati — nella ripartizione delle frequenze per questo particolare tipo di servizi — alla pari di tutti gli altri paesi del Centro e del Sud America.

L'occasione, però, in cui il problema delle frequenze è emerso con tutta la sua importanza e complessità si è avuta, sempre a Ginevra, nell'ottobre-dicembre del 1979, periodo in cui si è svolta la « Conferenza amministrativa mondiale delle radiocomunicazioni ».

Vale la pena, dunque, prendere l'occasione di quest'ultima conferenza mondiale per fare il punto sulla situazione e sui problemi delle frequenze all'inizio degli anni '80.

### *Le frequenze negli anni '80*

Quella che si è conclusa a Ginevra all'inizio di dicembre 1979 è probabilmente la più complicata e significativa conferenza intergovernamentale – e quella con maggiori ramificazioni – tra quelle che prendono decisioni di validità pluriennale. Essa ha infatti il potere di mutare il modo in cui la comunità mondiale regola l'uso delle radiofrequenze: significa cioè prendere decisioni che potranno avere una potentissima influenza sui sistemi nazionali di telecomunicazioni e su quello mondiale e potranno condizionare direttamente i sistemi di circolazione delle informazioni.

L'ultima volta che l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni – organo dell'O.N.U. – ha tenuto una conferenza di carattere e importanza così generale è stato nel 1959 e, a distanza di vent'anni, la crescita delle telecomunicazioni ha portato un profondo mutamento nei rapporti tra i problemi tecnici e quelli economici e socio-politici ad esse relativi. Non solo, ma anche la mappa mondiale è cambiata. Molte delegazioni presenti alla Conferenza del 1979 rappresentano paesi che nel 1959 non esistevano ancora e da allora i rapporti e gli equilibri di potere sono pure mutati all'interno di molti paesi.

Le telecomunicazioni sono dunque mutate e sono state in parte effetto e in parte causa di mutamenti più generali. Le nuove tecnologie, fantascientifiche per il 1959, sono diventate di uso comune. Negli anni '50 le telecomunicazioni presentavano una fortissima concentrazione in pochi paesi sviluppati; le comunicazioni internazionali erano poche, le capacità erano limitate. Oggi le nuove tecnologie di trasmissione e di commutazione hanno reso possibile la disseminazione in ogni parte del globo di strumenti e mezzi di comunicazione e un enorme salto qualitativo e quantitativo nella circolazione delle informazioni.

Ogni settore della vita sociale – governo, industria, servizi sociali, trasporti, turismo, esercito, educazione, medici-



na, ecc. — dipendono oggi in larga parte dai mezzi di comunicazione elettronici.

Più un paese è industrializzato più ha una rete di telecomunicazioni sviluppata e più aumentano i suoi bisogni di ulteriore sviluppo.

Per molti anni come indici significativi dello sviluppo di un paese si prendevano la produzione di acciaio o il numero di chilometri di strade e ferrovia; oggi è la complessità della sua rete di telecomunicazioni e il volume dello scambio di informazioni che indica la posizione che un paese occupa nella comunità mondiale. Dalla dislocazione dei mezzi di comunicazione si può far emergere la linea di demarcazione che separa « il Nord dal Sud », i paesi industrializzati da quelli in via di sviluppo.

Abbiamo già detto con quale inequità le frequenze siano state fino ad oggi ripartite: si è detto che il 90% della popolazione mondiale ha a disposizione il 10% delle frequenze sfruttabili per le comunicazioni. È sufficiente a questo aggiungere un altro dato: nel mondo ci sono oggi circa 400 milioni di telefoni, ma in tutta l'Asia, l'Africa e l'America latina ce ne sono solo 30 milioni. Ciò significa che il 29% della popolazione mondiale ha il 75% degli apparecchi telefonici esistenti in tutto il mondo.

Una buona parte delle ricerche e degli sviluppi nei moderni sistemi di telecomunicazione hanno come obiettivo quello di migliorare e potenziare lo sfruttamento dello spettro delle frequenze. Ciò è reso necessario sia dalla crescente domanda sia dal fatto che molti dei mezzi più nuovi, come la televisione a colori o la trasmissione di dati ad alta velocità, richiedono ampie capacità di frequenze. Dal momento che più alte sono le frequenze maggiore è la loro capacità di trasmissione si osserva una spinta costante verso lo sfruttamento di frequenze sempre più alte. Ne deriva quindi la necessità di regolare le porzioni dello spettro delle frequenze che di volta in volta sono conquistate — dallo sviluppo tecnologico — all'uso delle comunicazioni.

Ogni volta bisogna poi prendere in considerazione le opportunità di spostamenti per ottimizzare lo sfruttamento delle frequenze, di aggiustamenti di precedenza e gerarchie tra i servizi.

Ogni volta che si rendono disponibili nuove frequenze è

poi necessario prendere in considerazione tutte le possibilità di una loro redistribuzione complessiva in base a criteri di equilibrio e razionale sfruttamento di tutto lo spettro disponibile. Ridistribuzione che può essere determinata anche dal mutare della gerarchia tra i diversi servizi che usano le frequenze. Ci sono alcuni servizi che hanno un bisogno indispensabile di frequenze. Oggi, per esempio, il traffico aereo e marittimo ha un'assoluta necessità di frequenze per esistere, mentre non altrettanto necessario sembra riservare molte frequenze al radio-telefono per uso privato.

Il lavoro che i 1800 delegati, in rappresentanza di 148 paesi, hanno dovuto svolgere a Ginevra è stato quello, in sostanza, di dividere lo spettro delle frequenze utilizzabile in ogni momento tra utenti molto diversi come le ambulanze, le navi, gli aerei, le radio e le televisioni, i radioamatori, ecc. L'obiettivo è quello di assicurare la coerenza e la giustezza di tale ripartizione per i prossimi vent'anni.

Ma la situazione in cui si è svolta la conferenza di Ginevra '79 è assai diversa da quella del 1959 e pone problemi assai più complessi di allora. Tale diversità è stata ben sintetizzata da Jean Voge, ingegnere delle Poste e Telecomunicazioni francesi, durante un convegno internazionale svoltosi a Washington qualche tempo fa:<sup>1</sup>

Gli avvenimenti e i risultati della Conferenza Amministrativa Mondiale delle Radiocomunicazioni del 1979 [ha affermato Voge] saranno assai diversi da quelli affrontati durante le precedenti Conferenze del 1947 e del 1959. Allora era possibile soddisfare quasi tutti i desideri, tutte le domande, di uso delle frequenze attraverso una dettagliata procedura di coordinamento, regolamentazione e pianificazione che erano basate essenzialmente, se non esclusivamente, su criteri tecnici.

Oggi quel genere di pensiero esclusivamente tecnico non è più possibile. A fianco dei fattori tecnici occorre prendere in considerazione i fattori economici, sociali e politici. E non bisogna dimenticare il delicato problema dell'equità tra i paesi, sia quelli sviluppati sia in via di sviluppo, tra servizi, tra utenti e, infine, tra individui.

### *I maggiori tra i temi affrontati a Ginevra nel 1979*

Gli undici argomenti presenti nell'agenda dei lavori della Conferenza Amministrativa Mondiale delle Radiocomunica-

<sup>1</sup> International Institute of Communication Annual Conference, Agosto 1977.

zioni del '79 possono essere sintetizzati in tre temi principali:

a) La definizione delle frequenze è uno dei nuovi problemi presenti. L'attuale definizione dello spettro delle frequenze risulta infatti ormai troppo limitata poiché arriva solo alle frequenze inferiori ai 3000 GHz. Mentre lo sviluppo delle fibre ottiche e del laser, che operano con frequenze assai più alte, impongono di elevare questo limite.

A questo problema si aggiunge quello tradizionale di destinare, o allocare, particolari frequenze a particolari servizi in particolari regioni della terra. Il nodo centrale da sciogliere è qui quello di decidere se una singola banda di frequenze deve essere allocata a uno o più servizi. Talvolta alcuni limiti tecnici impediscono che una frequenza sia divisa, ma i paesi industrializzati sviluppano in continuazione nuove tecniche che rendono la divisione di una banda di frequenze più facile. Il problema sta nel fatto che tali tecniche sono, nella maggior parte dei casi, complicate e costose, e qui nascono le contrapposizioni: gli Stati Uniti affermano che più lo spettro è tecnicamente divisibile più è possibile soddisfare le richieste presenti, anzi questa strada è l'unica praticabile contro la « penuria » di frequenze appropriate per i diversi servizi; mentre i paesi in via di sviluppo, con scarse dotazioni tecniche e l'impossibilità d'investire in strumenti troppo costosi, affermano che non possono permettersi questo « lusso ».

b) L'assegnazione delle singole frequenze ai diversi paesi costituisce una delle questioni più spinose e si riallaccia a un problema che abbiamo già visto presente alla « Conferenza amministrativa mondiale delle radiofrequenze per i satelliti a diffusione diretta ».

Si tratta di scegliere i due possibili criteri di assegnazione: o si adotta il sistema invalso fino ad ora per cui chi primo arriva, primo si serve e quindi chi occupa per primo una frequenza assume un « diritto » di possesso sulla stessa, oppure si determinano preventivamente i possibili bisogni dei singoli paesi e su questa base si fanno le assegnazioni. A favore di quest'ultimo criterio sono evidentemente tutti i paesi « non-allineati » e la maggior parte dei paesi in via di sviluppo.

c) Il terzo gruppo di temi riguarda i programmi di atti-

vità dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni per i prossimi cinque anni e le linee di direzione delle prossime Conferenze Amministrative Mondiali delle Radiocomunicazioni.

Tra i temi trattati a Ginevra presenta una maggiore rilevanza politica quello che abbiamo elencato per secondo – l'assegnazione delle singole frequenze ai diversi paesi – e perciò ce ne vogliamo occupare un po' più in dettaglio.

### *Il problema delle assegnazioni delle frequenze*

Da tempo il fatto che le frequenze siano una risorsa limitata è stato unanimemente riconosciuto, nonostante che le continue ricerche di frequenze sempre più alte abbiano dato risultati positivi. La loro denominazione mostra come ogni volta si ritenesse di aver raggiunto il tetto massimo: alle alte frequenze (HF, *high frequency*) si aggiunsero le frequenze molto alte (VHF, *very high frequency*) poi le frequenze ultra alte (UHF, *ultra high frequency*), poi ancora le frequenze super alte (SHF, *super high frequency*) e ancora le frequenze extra alte (EHF, *extra high frequency*).

Ora l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni deve assegnare questo parco di frequenze, cresciuto inaspettatamente negli ultimi decenni, con la consapevolezza che le decisioni prese riguardano non il semplice aggiustamento tecnico di una materia d'importanza secondaria ma – come abbiamo detto – una materia di primaria rilevanza sociale che ha implicazioni generali e che coinvolge complesse considerazioni di equità.

Tra i diversi utenti chi deve essere soddisfatto per primo?

Le bande di alte frequenze (HF) sono richieste dai paesi industrializzati e da alcuni altri per trasmettere programmi in onde corte su scala internazionale mentre i paesi in via di sviluppo chiedono le stesse bande per i collegamenti telefonici a lunga distanza. Le bande UHF, quelle ancora più alte delle precedenti, sono richieste sia dagli utilizzatori delle radio mobili – settore in forte espansione – sia da quelli delle televisioni portatili.

Posizioni contrastanti sono presenti anche all'interno di singoli paesi. Negli Stati Uniti, per esempio, la stessa banda

di frequenze è richiesta contemporaneamente dalle Forze Aeree e dalla NASA. Le Forze Aeree vogliono utilizzare la banda per impiantare una rete mondiale di collegamenti via satellite mentre la NASA la vuole utilizzare per la ricerca di « contatti intelligenti extraterrestri », per inviare cioè messaggi che potrebbero essere captati da altri abitatori intelligenti dell'universo.

Quali sono i criteri da adottare per assumere decisioni valide sul piano internazionale? Due – lo abbiamo accennato – sono i criteri generali che per la prima volta si contrappongono, due le ideologie che stanno alla loro base. I paesi sviluppati, che detengono il diritto di chi già occupa la quota maggiore dello spettro delle frequenze, vogliono mantenere il criterio tradizionale: il paese che per primo usa una frequenza e che per primo notifica agli appositi uffici internazionali la sua intenzione, acquista consistenti e costanti vantaggi. Mentre l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni non ha alcun potere di aggiudicare una frequenza tra chi già la occupa di fatto e un nuovo pretendente.

I paesi sviluppati parlano, inoltre, con insistenza di un uso più efficiente – che significa anche più costoso – dello spettro e il Dipartimento di Stato degli Stati Uniti si fa loro portavoce quando afferma:

L'assegnazione delle frequenze deve basarsi su una necessità dimostrata e sulla capacità di usarle. Il fatto è che i piani di assegnamento prefissati che distribuiscono le frequenze e le posizioni orbitali a paesi e zone indipendentemente da tali bisogni e dalla capacità di usarle può non assegnare l'utilizzazione ottimale dello spettro, o non fornisce adeguati incentivi ad adottare tecnologie e modelli d'uso finalizzati a una congrua gestione dello spettro.

Un approccio opposto a questo è sostenuto dai paesi in via di sviluppo, soprattutto dai paesi che hanno ottenuto l'indipendenza negli anni più recenti e che non hanno uno spazio sufficiente nello spettro delle frequenze, che non hanno soddisfacenti reti di telecomunicazione, che non possono affrontare massicci e onerosi piani di sviluppo. Essi sostengono la pianificazione e l'attribuzione preventiva che possibilmente definisca un sistema di attribuzione *a priori* delle frequenze ai singoli paesi facenti parte della comunità internazionale. L'obiettivo è quello che lo spettro sia attribuito ai

singoli paesi prima che le grandi e potenti reti di telecomunicazioni dei paesi industriali acquisiscano ulteriori « diritti di occupazione » delle frequenze disponibili.

Il primo risultato rilevante in questa direzione si è ottenuto nel settore specifico dei satelliti a diffusione diretta — la ricordata Conferenza di Ginevra 1977 — e con qualche anno di precedenza nell'attribuzione delle frequenze per le stazioni radiotelefoniche costiere ad uso marittimo. Mentre in questi due casi si è trattato di due campi ben delimitati, nel 1979 a Ginevra tale principio si vuole invece applicato in generale a tutti i settori delle radiocomunicazioni.

Per molti dei paesi in via di sviluppo questa è l'occasione in cui la maggioranza dei paesi presenti a Ginevra può lavorare per correggere gli « errori » degli ultimi settant'anni: anni in cui gli interessi economici e produttivi dei paesi industrializzati hanno prevalso.

### *Il conflitto delle alte frequenze*

Dalla disputa sorta intorno all'uso delle alte frequenze (HF), quelle che vanno da 3 MHz a 30 MHz, si può trarre l'esempio di un altro tipo di conflitto presente alla Conferenza di Ginevra.

Attualmente le alte frequenze non sono pianificate. Gli utilizzatori sono tenuti a notificare semplicemente alla sezione dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni, competente in materia, la loro intenzione di utilizzare una data frequenza; da questa prassi sono esclusi solamente i servizi di navigazione aerea e marittima. I vantaggi della banda HF e il fatto di non essere pianificata ha prodotto uno stato di confusione e sovraffollamento.

Il comportamento dei segnali in HF non ha, da parte sua, favorito una facile regolamentazione. Sulle lunghezze d'onda corrispondenti alle bande HF (a 3 MHz corrisponde una lunghezza d'onda di 100 metri, mentre a 30 MHz ne corrisponde una di 10 metri) i segnali che durante il giorno viaggiano lungo la superficie terrestre possono raggiungere una distanza di circa 80 km, mentre quelli diretti verso il cielo sono assorbiti dalla ionosfera. Ma durante la notte la propagazione delle onde elettromagnetiche ad alta frequenza

è diversa: muta la ionosfera che, invece di disperdere le onde le riflette verso la terra, la quale riflette a sua volta le stesse onde verso la ionosfera, e così via.

Il carattere variabile e quindi incontrollabile di queste onde ha costretto l'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni, fin dai suoi primi anni, ad attribuire la maggior parte delle HF in esclusiva a singoli paesi su scala mondiale. Esse sono state attribuite a un unico servizio e le attribuzioni sono le stesse per le tre Regioni in cui l'attività dell'Unione raggruppa i diversi continenti (queste, come abbiamo già visto sono la Regione 1, che comprende l'Europa, l'Unione Sovietica e l'Africa, la Regione 2, che comprende le Americhe e la Regione 3, che comprende l'Asia e l'Oceania).

Le bande appartenenti all'alta frequenza, come molte altre bande, sono attribuite a molti tipi di servizi tra i quali la radiotelevisione circolare e i servizi di comunicazione fissi; i servizi mobili aeronautici, marittimi e terrestri; la radioastronomia, alcuni tipi di trasmissione via satellite, ecc. Circa il 50% di queste frequenze sono occupate dai servizi di comunicazione fissi, il 35% dai servizi mobili e il 10% dalla radiotelevisione circolare. Con questo tipo di frequenze trasmettono stazioni radiofoniche molto conosciute: i servizi esteri della BBC, Radio Mosca, Radio Pechino, Voce dell'America, ecc. Spesso la potenza con cui queste emittenti trasmettono i loro programmi d'informazione e di propaganda è talmente alta da provocare numerose interferenze. A ciò si aggiunge il fatto che molti degli spazi lasciati preventivamente tra una banda assegnata e quelle adiacenti, allo scopo di separare e quindi evitare interferenze e disturbi sono abusivamente occupati da alcune emittenti. Da una ricerca svolta in Germania nel 1976 risulta che circa il 14% delle emittenti trasmettono fuori dalla banda loro attribuita. La maggior parte di queste frequenze sono però usate per i servizi fissi di collegamento tra due o più punti.

Ma in tutto questo il problema dove sta?

I paesi sviluppati furono i primi a occupare l'alta frequenza. Gli strumenti necessari al suo uso sono relativamente semplici e a buon mercato, ma sono anche instabili e hanno una capacità limitata. Perciò questi paesi passarono man mano a più alte frequenze. Gli Stati Uniti forniscono in tal senso un esempio particolare, essi infatti usano oggi

l'alta frequenza solo per scopi militari e solo là dove sussistono particolari vantaggi.

Ora le stesse frequenze trovano largo uso nei paesi in via di sviluppo. Esse forniscono infatti il più economico e, spesso, il solo possibile mezzo di collegamento con la popolazione dispersa su vasti territori. Il fatto è confermato da una dichiarazione rilasciata dai portavoce dei paesi « non allineati » al termine di una conferenza destinata a questi problemi, tenutasi nel maggio '79:

Per i paesi in via di sviluppo l'utilizzazione delle bande HF, per i servizi di comunicazione fissi e mobili, è considerata estremamente importante date le possibilità che queste frequenze hanno di servire grandi aree con bassi costi. I paesi sviluppati posseggono mezzi più vitali ed estesi per soddisfare le loro esigenze e possono quindi rinunciare all'uso delle bande HF in favore dei paesi in via di sviluppo.

Se vi è una tendenza generale nel voler destinare una maggiore quota delle bande HF ai servizi radiotelevisivi, in questo caso il contrasto è sul modo di raggiungere tale obiettivo. Gli Stati Uniti e molti dei paesi sviluppati vogliono sottrarre frequenze ai servizi fissi per darli a quelli radiotelevisivi, mentre la maggior parte dei paesi in via di sviluppo vuole sottrarre le frequenze ai servizi per radioamatori e per i collegamenti mobili.

### *Il problema della radio mobile*

Uno dei settori in cui, nel prossimo decennio, l'espansione delle comunicazioni moderne sarà più marcato è quello dei collegamenti tra punti mobili via radio. Non si tratta degli ormai tradizionali collegamenti aerei e marittimi, che seguiranno il loro normale trend di sviluppo ma dei servizi mobili terrestri.

Lo sviluppo di questi mezzi va di pari passo con la crescente esigenza di incrementare le comunicazioni a due vie, facendole diventare le più flessibili e le più convenienti possibili, e con la necessità di rendere possibile lo scambio di informazioni in ogni momento, in ogni luogo e in qualsiasi circostanza.

Il vantaggio di tali servizi è assai ampio e comprende tra



gli altri i CB (Citizen's Band), i « bips » per il reperimento a distanza di medici, uomini d'affari, ecc., i radio-taxi, i radio-telefoni.

La stessa natura di questi servizi rende assai difficile una regolamentazione governativa. Sia i produttori, sia i commercianti sia gli utilizzatori di mezzi di comunicazione adatti a questi servizi vogliono il minimo controllo sulla loro attività e il massimo di libertà nello sfruttare i propri strumenti. Infatti essi assimilano tali servizi alle altre attività di natura strettamente individuale, escludendo quindi la presenza di qualsiasi interesse più generale da garantire.

Le bande di frequenza più adatte a questo tipo di servizi sono quelle *ultra alte* (UHF), frequenze che costituiscono, per la loro natura, un problema di carattere soprattutto nazionale. Mentre i segnali in HF possono – come abbiamo visto – viaggiare per migliaia di chilometri, i segnali in UHF hanno una diffusione limitata, pari al raggio coperto dall'occhio umano. Per ciò ogni paese deve accordarsi soltanto con i paesi confinanti, evitando così di cercare una soluzione soddisfacente per tutta la comunità internazionale.

Se sul piano internazionale non appare quindi difficile trovare un accordo sull'uso di queste frequenze, è però all'interno di ogni singolo paese che si aprono i problemi. Le bande in UHF sono infatti utilizzate in buona parte per i canali televisivi, il cui spostamento implicherebbe un generale riadattamento di tutti i televisori dello stesso paese.

### *A quando i risultati?*

A conclusione di questa appendice sarebbe stato interessante poter analizzare i risultati della Conferenza Amministrativa Mondiale delle Radiocomunicazioni, conclusasi a Ginevra nella prima settimana del dicembre 1979. I primi risultati noti sono parziali e possono essere riportati solo in termini strettamente tecnici privandoci quindi della possibilità di cogliere in modo soddisfacente le implicazioni socio-economiche e politiche, quelle cioè che qui ci interessano. D'altra parte i risultati raggiunti a Ginevra non sono ancora vincolanti, ma costituiscono la definizione di accordi che dovranno essere siglati in occasione della Conferenza dei Ple-

nipotenziari di tutti i paesi membri dell'Unione Internazionale delle Telecomunicazioni, che si svolgerà nel 1982.

È proprio nel periodo che ci separa da quella data, che si aprirà un ricco dibattito sul piano internazionale; intorno ai risultati del '79 si costituiranno nuovi o vecchi schieramenti, saranno fatte analisi e critiche da parte dei protagonisti. Solo così sarà possibile all'osservatore attribuire un giusto peso e precise valenze sociali, economiche e politiche ai risultati di Ginevra, che, essendo stati per ora resi noti soltanto in termini strettamente tecnici, non possono essere ancora interpretati « nel loro giusto spessore ».

## Appendice 2

### Bibliografia sommaria sulla radio

#### *Generalità*

- A. Huth, *La radiodiffusion, puissance mondiale*, NRF, Gallimard, Paris 1937
- P.F. Lazarsfeld, *Radio and the printed page*, Duell Sloan and Pearce, New York 1940
- R.J. Landry, *Who, what, why is radio*, G.M. Stewart, New York 1942
- P.F. Lazarsfeld & H. Field, *The people look at radio*, The University of North Carolina Press, 1946
- A.J. Codding jr., *La radiodiffusion dans le monde*, Unesco, Paris 1959
- D. McWhinnie, *The art of radio*, Faber & Faber, London 1959
- E. Fuzellier, *Le langage radiophonique*, IDHEC, Paris 1965
- R.L. Hilliard, *Radio Broadcasting*, Hastings House, New York 1967
- Taylor S.M., *Radio programming in action*, Hastings House, New York 1967
- J. Tardieu, *Grandeurs et faiblesses de la Radio*, Unesco, Paris 1969
- J. Hale, *Radio Power*, Paul Elek, London 1975
- J. Turnstall, *The media are american*, Constable and Co., London 1977
- R. Chaniak, P. Flichy, M. Savage, *Les radios locales en Europe*, Edition La Documentation Française, Paris 1978

#### *Storia della radio*

- G.L. Archer, *History of radio: to 1926*, American Historical Society, New York 1938
- G.L. Archer, *Big business and radio*, American Historical Company, New York 1939
- R.J. Landry, *This fascinating radio business*, Bobbs Merrill, Indianapolis-New York 1946
- L. White, *The american radio*, Illinois University of Chicago Press, Chicago 1947
- B. Paulu, *British Broadcasting*, The University of Minnesota Press, Minneapolis 1956

- B. Paulu, *British Broadcasting in transition*, The University of Minnesota Press, Minneapolis 1961
- A. Briggs, *The History of Broadcasting in the United Kingdom*, vol. 1: *The Birth of Broadcasting*; vol. 2: *The Golden Age of Wireless*; vol. 3: *The War of words*; vol. 4: *Sound and Vision*, Oxford University Press, London/New York/Toronto 1961-1979
- P. Descaves, *Quand la radio s'appelait « Tour Eiffel »*, La Table Ronde, Paris 1963
- E. Barnouw, *A History of broadcasting in the United States*, vol. 1: *A tower in Babel*; vol. 2: *The golden web*; vol. 3: *The image empire*, Oxford University Press, London/New York/Toronto 1966
- W.B. Lerg, *Die Entstehung des Rundfunks in Deutschland*, Joseph Knecht, Frankfurt 1970
- D.G. Bridgson, *Prospero and Ariel, the rise and fall of radio*, Victor Gollancz, London 1971
- P. Black, *The biggest Aspidistria in the World*, BBC publications, London 1973
- G.E. Wedlake, *SOS The History of radio communication*, David & Charles Newton Abbot, 1974
- A. Smith, *British Broadcasting*, David & Charles, London 1974

### *Pubblicazioni in lingua italiana*

- L. Solari, *Storia della radio*, Milano 1939
- G. Orsini, *La radiodiffusione: sua storia e problemi*, Roma 1950
- P.A. Cannistraro, *La fabbrica del consenso: fascismo e mass media*, Laterza Editore, Bari 1975
- Franco Monteleone, *La radio italiana nel periodo fascista*, Marsilio Editore, Venezia 1976
- G. Macali, *Meglio tardi che Rai*, Savelli Editore, Roma 1977
- Antonio Papa, *Storia politica della radio in Italia*, 2 voll., Guida Editore, Napoli 1978
- G. Monticone, *La radio e il fascismo*, Studium Editore, Brescia 1978
- P. Hutter (a cura di), *Piccole antenne crescono*, Savelli Editore, Roma 1978
- M. Piccialuti Caprioli, *Radio Londra, 1939-1945*, Laterza Editore, Bari 1979
- F. Monteleone, *Storia della RAI dagli Alleati alla D.C. 1944-1954*, Laterza Editore, Bari 1980

## Indice

- 7 *Premessa*
- 9 Capitolo I. Alle origini
- 22 Capitolo II. Il problema delle frequenze
- 36 Capitolo III. La nascita dei modelli classici di organizzazione della radio
- 58 Capitolo IV. Il modello inglese
- 78 Capitolo V. Il modello americano
- 108 Capitolo VI. Arriva la televisione: caduta e resurrezione della radio
- 129 Capitolo VII. La radio come strumento di educazione e sviluppo
- 152 Capitolo VIII. Altre radio
- 171 Capitolo IX. Il caso italiano
- 200 Capitolo X. Prospettive della radio negli anni '80
- 206 *Appendice I.* La politica delle frequenze nell'era dei satelliti
- 221 *Appendice II.* Bibliografia sommaria sulla radio

*Questo volume è stato impresso nel mese di agosto 1980  
presso la Nuova Stampa di Mondadori - Cles (TN)  
Stampato in Italia - Printed in Italy*

*Oscar Mondadori*

*Periodico trisettimanale: 27 agosto 1980*

*Registr. Trib. di Milano n. 49 del 28-2-1965*

*Direttore responsabile: Alcide Paolini*

*Spedizione abbonamento postale TR edit.*

*Aut. n. 55715/2 del 4-3-1965 - Direz. PT Verona*

*OSC*



**№ 10339**

*Questo volume è stato impresso nel mese di agosto 1980  
presso la Nuova Stampa di Mondadori - Cles (TN)  
Stampato in Italia - Printed in Italy  
I edizione Oscar Mondadori agosto 1980*

La radio vive oggi a livello internazionale un grande rilancio che in Italia ha preso la forma delle migliaia di emittenti locali con milioni di utenti e decine di migliaia di addetti. Ma da dove viene e dove va la radio? A fronte di questa crescente espansione e interesse scarseggiano nel nostro paese gli strumenti di informazione e di formazione sul mezzo radiofonico. Questo libro cerca di colmare almeno in parte questa carenza. La nascita e l'evoluzione della radio sono qui analizzate seguendo lo sviluppo dei modelli classici, così come sono venuti strutturandosi in Gran Bretagna e negli USA, i paesi che più hanno contribuito in questo secolo alle comunicazioni di massa. Ma la radio è anche altro dai modelli classici e alle altre radio, da quelle educative a quelle di propaganda, da quelle di resistenza a quelle impiegate come mezzi di sviluppo è dedicato ampio spazio.

In un rapido excursus, dai primi esperimenti di Marconi attraverso la complessa vicenda politica e finanziaria che caratterizzò l'affermarsi della radio negli anni trenta, la crisi causata dal successo della televisione, fino ai satelliti di comunicazione e al nuovo quadro di comunicazioni che essi stanno imponendo, questo libro racconta la storia del più vecchio mezzo di comunicazione di massa.

0018654-4

