

CMC
CENTRO CULTURALE DI MILANO

Per il ciclo di incontri

SCRITTURA PER TELEVISIONE
scuola Flannery O'connor

“La scrittura che parla: la voce della radio”

interviene
Angiolino Lonardi

Milano
15/05/2002

©CMC

CENTRO CULTURALE DI MILANO

Via Zebedea, 2 20123 Milano
tel. 0286455162-68 fax 0286455169

www.cmc.milano.it

Scuola Flannery O'Connor – Corso di Scrittura per la Televisione
Lezione di Angiolino Lonardi, *vice direttore Radio Rai2*

“La scrittura che parla: la voce della radio”

Il dominio della radio nel sistema dei media è durato veramente poco, quarant'anni in tutto. Troppo poco perché la sua incisività si possa comprendere appieno. La radio è rimasta minore, non come mezzo, ma nella promessa non mantenuta. Una parola sganciata da un corpo che la produce, dalla materia che le dà consistenza, avrebbe potuto osare di più e contestare di più l'uniformità dell'informazione televisiva. Ha preferito giacere nella comune alcova degli altri mezzi di comunicazione. Tutte le radio sono condannate a vivere di segno, perché la voce è segno di qualcosa che non appare, e in questo segno la radio fonda la propria alterità: è un compito difficoltoso. È una voce che, talvolta, abdica alla propria presenza materiale, cioè alla propria funzione. Diventa così mero rivestimento di un computer che determina il flusso orario del palinsesto, sulla base dei target di marketing. Tuttavia, con trentacinque milioni di spettatori quotidiani, la radio si è ritagliata un proprio spazio. Essa fonda le possibilità di sopravvivenza sulla propria specificità e su alcune caratteristiche intrinseche del mezzo. La principale di queste caratteristiche è la semplicità. Non ha bisogno di grandi sforzi organizzativi e quindi può giocare la carta dell'andare a vedere le cose. La prima caratteristica della radio, dunque, dovrebbe essere quello di riprodurre il mondo, ridonarlo, farcelo sentire. Alla domanda se questa sia la radio, io rispondo di no. Perlopiù, ascoltando le emittenti private, io trovo liturgie complicatissime e quasi identiche, dettate da chi detiene il potere, rivolte a un pubblico molto fedele. La distinzione di forma e di suono non documenta una missione diversa per ciascuna emittente. Mi dispiace constatare che queste sono le figlie di prime nozze di una straordinaria rivoluzione culturale, condotta negli scantinati dei palazzi milanesi, tra il 1976 e il 1978. Questa rivoluzione ha condotto praticamente alla perdita del monopolio pubblico di Radio Rai. Tuttavia, questa battaglia contro radio che facevano a meno della società è stata persa. La radio svolge la propria funzione, se riesce a dire a chi appartiene, a che cosa serve, per che cosa si pensa, per che cosa c'è. Nel giro di poco tempo, la radio è ritornata dentro al sistema, perché siamo tutti quanti dentro l'unico sistema: pochi attori riescono a decidere il destino di tutta l'informazione. La partita, a questo livello, è nelle mani di un unico attore: Bill Gates (che di recente ha ottenuto di lanciare 420 satelliti a bassa quota che coprono tutta la terra, per usarli come un unico ponte informativo). Questi i concorrenti che mi trovo di fronte. A volte mi sento tentato di disperazione, mi sembra che la partita, più che da iniziare, sia già stata conclusa. La fortuna della mia storia è di avere incontrato persone, che mi hanno permesso di capire che, per quanto tutto il potere sia concentrato nelle mani di qualcuno che è contro di me, non mi avrà. Se questo “non mi avrà” può diventare capacità di una proposta culturale, mi gioco le mie carte e poi si vede cosa succede. È questo che, ogni giorno, mi fa iniziare il lavoro con una riunione di redazione, per iniziare a riflettere, prima che qualcuno

abbia iniziato a riflettere per me. In questo circo, ci sono diversi punti che non mi tornano. Questi punti hanno attinenza con la domanda: “Di chi è quella voce che noi ascoltiamo?”. Più vado avanti e meno conosco del mondo in cui io abito. Mi domando se il sistema in cui viviamo ci permette di sentire anche le cose più normali. Le teorie dell’informazione non convincono: l’unico significato che riesco a dare al concetto di villaggio globale è una serie di capanne dove ci si conosce e dove il destino dell’una è connesso al destino dell’altra. Quando mi domando che radio voglio fare, dico che certamente voglio una radio di parola. È il mezzo più appropriato che l’uomo ha per rivelare la sua capacità. Tuttavia, la parola può essere usata in molti modi: anche una radio di parola può essere ideologica. La parola che a me piace è quella che produce un innalzamento del senso critico, purché il senso critico sia messo in relazione con la realtà. Recentemente, c’era una rinascita della radio di parola, che però non ha deciso verso quale obiettivo andare. Provo a delineare alcuni possibili obiettivi. La radio di parola può essere un modo per superare la confusione fra comunicazione, informazione e informazione giornalistica. L’informazione giornalistica è la capacità di ordinare tutto il reale secondo una selezione che deve rispondere essenzialmente a criteri di verità, alla gerarchia di importanza e alla utilità sociale. Quasi tutti i miei colleghi affermano che la verità non esiste: come fanno loro a fare i giornalisti? La verità è difficile da conquistare, ma non accetto che si dica che, allora, essa non esiste. Se la verità esiste, l’informazione giornalistica è andare a incontrare la realtà. Se non esiste, è un piegare la realtà agli schemi che si hanno già. Le scalette dei notiziari non sono fatte secondo un criterio di importanza, ma di gradimento. Questo stravolgimento è figlio di un percorso che viene molto da lontano. Siamo nella parte conclusiva di un bisecolare idealismo o hegelismo, per il quale il senso della storia è nella discontinuità e nel cambiamento, perché il passo in avanti si realizza nello scontro tra tesi e antitesi. Il farsi carico della continuità della storia, invece, implica una capacità di abbracciarla, di leggerla e di comprenderla molto più ampia. Infine, ci sono momenti in cui si ha la sensazione che l’informazione non sia tutto, che l’informazione sia un bene al servizio e che, dunque, debba cedere lo spazio della propria supremazia ad altri valori. La pubblicità non risponde né a un criterio di utilità sociale né di gerarchia d’importanza: questa informazione sregolata ha contagiato l’informazione giornalistica. I miei giornali radio sono cinquantuno: sono realizzati tramite un modello organizzativo che parte dal basso verso l’alto. Composta da duecentoventi giornalisti, la mia redazione è una macchina grande, che raccoglie informazioni dagli inviati e, tramite i capiredattori, le seleziona. Produce un semilavorato dal quale, alla fine di tutto, nasce il prodotto finale, che perlopiù dura cinque minuti. Sono dunque costretto ad abdicare al desiderio di dare un cazzotto nello stomaco di chi mi ascolta, dicendo “Guarda che oggi il mondo è così”. I miei concorrenti sono i notiziari delle emittenti private, fatti da uno o due ragazzi, che si guardano le agenzie e sniffano nell’aria quelli che possono essere i gusti dei loro ascoltatori, riducendo al minimo le informazioni politiche. Le loro forme agili portano all’exasperazione un’abdicazione del modello informativo che è implicito anche in chi all’informazione giornalistica crede molto. Per questo, alla fine, i loro notiziari superano i miei in efficacia. La

parola non è il passe-partout per tutto: con la parola si può andare verso il nulla così come verso la realtà. Con la parola si può spostare il baricentro delle cose che si dicono verso gli ambiti sociali dove i fatti si producono, oppure si può spostarsi sempre più verso il commento, l'intellettualità che sa già in partenza che cosa dire. Segno di colui che non si vede ma che c'è, la parola deve essere restituita a tutta la sua corporeità. Dietro quella parola, occorre che ci sia un'intelligenza, un uomo che testimoni per lei il senso della parola che ha detto. La responsabilità di tale voce è decidere di appartenere a un'ipotesi di lettura della realtà che incontri le cose, che restituisca alle cose tutta la loro corporeità: consentire di incontrare di più la realtà producendo un giudizio, perché il giudizio è l'unico modo importante che abbiamo di incontrare il mondo.