



LE RIFLESSIONI DEL  
CONSIGLIO DEL PUBBLICO CORSI

# CULTURA E SERVIZIO PUBBLICO

MAGGIO 2022

## Sommario

• Il documento in breve .....	3
• Obiettivi .....	4
• Cultura e servizio pubblico radiotelevisivo.....	5
• Media tradizionali o media online? .....	6
• Cultura e intrattenimento.....	6
• Il legame con il territorio.....	8
• Quale linea editoriale?.....	8
• Mediazione culturale in campo musicale.....	9
• Promozione della lettura.....	11
• Conclusioni .....	13
• Appendice: i contributi degli stakeholder.....	14

## Il documento in breve

Sull'onda del dibattito suscitato dalle ipotesi di riorganizzazione della programmazione di Rete Due, il Consiglio del pubblico ("CP") si è fatto promotore di una riflessione più ampia sul ruolo della cultura e sullo spazio che essa occupa, o potrebbe occupare, nei media audiovisivi. Una riflessione che riguarda per il momento la cosiddetta "cultura umanistica", non indaga quindi su altre declinazioni di questo concetto, quali ad esempio la cultura scientifica.

Scostandosi dal suo modo classico di operare, il CP ha deciso di formulare alcune ipotesi per il futuro sul ruolo che potrebbe essere assegnato alla cultura alla RSI, in luogo di pronunciarsi, tramite i consueti monitoraggi, su quanto attualmente viene diffuso. Accanto alla riflessione autonoma, il CP ha voluto coinvolgere una serie di operatori culturali, chiamati a formulare proposte e a identificare possibili direttrici di sviluppo.

### *Cultura e servizio pubblico*

Si è partiti dall'assunto che la cultura, al pari dell'informazione, costituisce una pietra angolare dell'offerta dell'azienda – e ciò ancora di più in prospettiva futura, con le ipotesi (e le minacce) che planano dalla politica sulle risorse finanziarie di cui l'azienda potrà in futuro disporre. In questo senso, si è riflettuto sull'eventualità di dover operare scelte strategiche che portino a concentrare le risorse sul core business del servizio pubblico (cultura e informazione, appunto), invece di procedere a tagli "ecumenici" che rischiano di non risolvere i problemi.

### *Lineare e online*

Si insiste sulla necessità di mantenere l'offerta anche sui canali tradizionali (lineari), pur nella consapevolezza che uno sviluppo dell'offerta online non è solo obbligato ma opportuno, anche per intercettare sensibilità e modi di fruizione tipici del pubblico più giovane. A scanso di ogni equivoco, il CP non ha obiezioni di nessun tipo rispetto all'incremento dell'offerta non lineare, nel rispetto comunque sempre di un'attenzione alla qualità dell'offerta e in generale dei principi che devono informare l'attività dell'azienda.

### *Cultura e intrattenimento*

La promozione e la diffusione della cultura richiedono un processo di mediazione, di "sdoganamento", che può passare anche per l'intrattenimento. Si tratta tuttavia di trovare il (difficile) equilibrio che permetta di offrire prodotti godibili e stimolanti senza cadere in modalità circensi, né in volgarizzazioni o semplificazioni fuorvianti. Ciò vale in tutti gli ambiti, compreso in quello musicale, dove devono essere chiariti i contenuti e le motivazioni dell'offerta, offrendo idonee chiavi di lettura, senza barriere preconcepite a livello di generi.

### *Legame con il territorio*

I contenuti culturali proposti sono in costante dialettica con le istanze del territorio, ma non possono certamente esaurirsi nell'offerta culturale della Svizzera italiana (con il rischio di "ticinesizzazione" dell'azienda e di qualche illusione ottica indotta da provincialismo). Il territorio di riferimento deve essere la Svizzera tutta (e non solo, ma comunque), anche nel solco dell'esigenza di promuovere la conoscenza delle varie regioni e di quanto vi si fa in termini di cultura; in questo senso adempiendo agli obiettivi di formazione e di promozione della coesione nazionale.

### *Linea editoriale*

Il CP ritiene fondamentale che l'offerta sia sostenuta (e preceduta) da una chiara, esplicita e solida linea editoriale, cioè dai principi che stanno alla base di quanto si vuole fare. Evitare improvvisazioni e interventi estemporanei.

### *Promozione della lettura*

Tra le varie offerte possibili, il CP insiste da tempo sull'esigenza di promuovere la lettura per il tramite di offerte adeguate. Tra queste l'istituzione di un programma televisivo dedicato ai libri sembra essere prioritaria; gli esempi virtuosi non mancano anche a livello SSR, e non sembrerebbe scandaloso ispirarvi.

## Obiettivi

Nel corso del 2021 il CP ha deciso di costituire un gruppo di lavoro per monitorare la presenza della cultura umanistica e dei temi ad essa direttamente associati nella programmazione RSI, con l'obiettivo di valutare il ruolo che a questa presenza viene attribuito, nonché le modalità adottate dalla RSI per ottemperare al proprio mandato in termini di mediazione culturale.

Il gruppo di lavoro ha formulato alcune riflessioni relative al valore e all'importanza che un media di servizio pubblico quale la RSI dovrebbe conferire alla mediazione culturale, cercando di rispondere alle seguenti domande:

- *Con quale approccio, attraverso quali modalità e con quale frequenza andrebbero affrontati i temi culturali sui diversi vettori?*

- *In che misura l'azienda risponde al mandato di servizio pubblico, che identifica nella mediazione culturale uno dei suoi compiti centrali?*

Ci si è in particolare soffermati sui seguenti aspetti:

- *Quali contenuti è importante veicolare, e in che modo?*

- *In che misura modalità proprie dell'intrattenimento possono intervenire nel diffondere contenuti culturali, con quali obiettivi /risultati?*

- *Come andrebbe interpretato il legame con il territorio, e quale dovrebbe essere il grado di apertura nei confronti di altre realtà (svizzera, internazionale)?*

- *Rispetto alla situazione attuale, quali cambiamenti e quali sviluppi sono auspicabili? Quali aspetti e quali approcci andrebbero sviluppati, che cosa invece appartiene piuttosto al passato?*

Il gruppo di lavoro del CP ha inoltre chiesto ad alcuni operatori culturali, artisti, persone con esperienza diretta, professionale e/o formazione specifica in ambito culturale di esprimersi, a titolo personale e dal punto di vista del loro rispettivo settore di competenza, sulla presenza dei temi culturali nella programmazione RSI, formulando apprezzamenti, critiche e suggerimenti.

Le riflessioni del gruppo di lavoro sono state confrontate con le osservazioni e le indicazioni emerse dalle valutazioni delle persone interpellate; queste ultime hanno fornito un importante complemento per il giudizio finale. Questi testi sono parte integrante di questo lavoro e sono riportati integralmente nell'*Appendice*.

Un'ultima osservazione: si è ben consapevoli del fatto che un'accezione moderna del termine cultura non può limitarsi al prodotto delle diverse espressioni artistiche e alla cultura umanistica più in generale, ma deve includere una pluralità di culture e saperi – in particolare il pensiero e la cultura scientifica. Tuttavia, si è ritenuto che questa imprescindibile componente del discorso culturale, presente e futuro, debba essere affrontata dal CP in sede separata, attribuendo a questo particolare ambito lo spazio e il grado di approfondimento che merita.

Il gruppo di lavoro ha formulato alcune riflessioni relative al valore e all'importanza che un media di servizio pubblico quale la RSI dovrebbe conferire alla mediazione culturale.

## Cultura e servizio pubblico

Che la cultura si possa ancora ritenere, come in passato, un bene riservato a una cerchia più o meno ristretta di persone, a un'élite che coltiva interessi particolari, è un'affermazione smentita da molti fatti, in primo luogo dai dati. Nel nostro paese, questo settore ha da tempo assunto un ruolo di grande rilievo – sia per quanto riguarda la produzione, sia per quanto attiene alla fruizione e ai consumi, sia infine per quanto concerne l'impatto dal profilo socioeconomico. La cultura è a tutti gli effetti un fenomeno di massa: nel 2020 questo settore ha generato, direttamente o per indotto, un valore di 15 miliardi di franchi, pari al 2.1 per cento del PIL svizzero. All'incremento della produzione e fruizione culturale hanno contribuito il miglior livello di istruzione, l'aumento del tempo libero, nonché i profondi cambiamenti intervenuti a livello di contenuti, di stimoli e di modalità di diffusione.

Al di là del mandato concretizzato nella concessione, il servizio pubblico deve quindi tener conto del fatto che da tempo la fruizione culturale costituisce un fenomeno ampiamente diffuso, e che una fascia crescente della popolazione è interessata a temi ed ad eventi culturali. Occuparsi di cultura – partendo da un'accezione ampia del termine e garantendo un'offerta plurale e di qualità – significa pertanto tenere nella giusta considerazione le aspettative di un'utenza sempre più vasta e composita, che ha interessi fondati e assai eterogenei. Significa inoltre dare il giusto rilievo alla produzione culturale locale, nonché a manifestazioni di spessore e ricorrenze significative per il territorio.

A questo si aggiunge la necessità che il servizio pubblico si faccia luogo di formazione e di mediazione culturale.

La struttura federalista della SSR si fonda sull'identità culturale e linguistica di ciascuna delle sue componenti. La cultura rappresenta un fattore identitario e di coesione di grande rilievo, e detiene perciò anche sotto questo aspetto una funzione primaria nella missione del servizio pubblico radiotelevisivo: per questo si ritiene che la sua presenza nei programmi della RSI debba essere non solo mantenuta, ma rafforzata.

La mediazione di contenuti culturali riveste altresì una funzione di rilievo per la conoscenza reciproca, ed è quindi determinante nei processi di integrazione: contribuisce infatti sia a promuovere il dialogo interculturale con le molte comunità di stranieri presenti nel nostro paese, sia a incoraggiare una loro partecipazione attiva alla vita sociale. Anche in quest'ottica la cultura svolge un compito che è proprio del servizio pubblico.

La cultura può assumere accezioni molto ampie; stimola la riflessione e aiuta a comprendere meglio una società la cui complessità non fa che aumentare. Ciò comporta l'esigenza di mantenere alta la qualità dell'approfondimento, non solo in ambito informativo ma anche culturale. D'altro canto, le varie forme di espressione culturale permettono di gettare ponti tra le varie componenti linguistiche della Confederazione, facendosi potente fattore (almeno teorico) di conoscenza reciproca e di coesione nazionale.

A differenza dei media privati, che agli argomenti culturali dedicano un'attenzione minore e tendono piuttosto a promuovere il *mainstream*, contribuendo ad accentuare il livellamento dei gusti<sup>1</sup>, il servizio pubblico è chiamato ad adottare alti standard di qualità e a garantire il pluralismo dell'offerta, fornendo non solo informazione e/o svago, ma anche (in certi casi soprattutto) orientamento - ovvero dare all'utenza gli strumenti indispensabili per capire una realtà che è sempre più articolata, non sempre facile da comprendere e in continuo mutamento.

Non va infine dimenticato che, in ambito culturale, i media di servizio pubblico rivestono un duplice ruolo: non sono soltanto intermediari e divulgatori, ma sono anche produttori e creatori di contenuti di qualità. A ciò va aggiunto che, poiché raggiungono un pubblico molto vasto, essi sono in grado di suscitare interesse anche in fasce di utenti che non hanno né conoscenze approfondite, né una spiccata affinità per questi temi, esercitando così anche il loro compito formativo.

<sup>1</sup> Su rispettivi ruoli e principali differenze tra media pubblici e privati in questo ambito. Cfr.: Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich, (Hrsg.), Qualität der Kulturberichterstattung. Untersuchung des Status Quo in der Schweiz, Zürich 2021.



## Media tradizionali o media online?

Per chi consuma, come per chi produce, cultura il medium attraverso il quale questa viene diffusa non fa molta differenza. Per artisti e operatori del settore ciò che conta è arrivare a raggiungere il proprio pubblico target, se possibile anche ad ampliarlo.

Sgombriamo subito il campo dagli equivoci: in un'epoca in cui la digitalizzazione sta permeando in modo massiccio tutti i settori della vita pubblica e privata, promuovere un discorso di mediazione culturale prescindendo dall'*online* sarebbe anacronistico. Stanno cambiando radicalmente le abitudini e con esse anche le modalità di fruizione.

Tuttavia, tra il lineare e l'*online* le differenze sono molte, e hanno un'importanza notevole per quanto riguarda il compito di mediazione culturale. Le piattaforme online (anche quelle gestite dal servizio pubblico) e i siti specializzati, i cosiddetti "*pull-media*", offrono prodotti mirati, molto focalizzati su temi specifici e/o su determinati generi culturali, e attirano perlopiù un pubblico già competente e informato, che sa dove trovare quello che cerca. I media di servizio pubblico tradizionali, come la radio e la televisione, sono al contrario considerati "*push-media*": per svolgere appieno il proprio compito, oltre a proporre un'offerta di qualità, devono riuscire a interessare e coinvolgere un'utenza quanto più possibile ampia. Il che significa che una parte importante dei servizi e delle trasmissioni culturali non può essere trasferita inopinatamente su canali online, perché il rischio è quello di raggiungere unicamente gli addetti ai lavori e/o chi già è appassionato dell'una o dell'altra forma artistica, contribuendo a creare delle "bolle culturali", analogamente alle bolle informative nelle quali il web confina non di rado i propri fruitori.

Il trasferimento sull'*online* priva l'utenza della scoperta, del confronto con ciò che ancora non conosce. Per questo motivo, i canali tradizionali (lineari) rimangono insostituibili: permettono al pubblico di venire in contatto con il nuovo, di aprire i propri orizzonti, di approfondire tematiche da vari punti di vista, diversi o inediti – fattori questi che costituiscono la premessa per un'autentica crescita culturale.

Come osserva nel suo contributo Luca Mengoni,

*"utile è anche la possibilità di andare a ritrovare sulla rete le trasmissioni che ci siamo persi o che vogliamo riascoltare in una rinnovata occasione di approfondimento. Questo non sostituisce l'ascolto in diretta, perché non ci espone a contenuti che non abbiamo cercato volontariamente, e azzerà il potenziale di scoperta che la radio ci offre".*

Oltre a ciò, il lineare risulta essere un ottimo veicolo sia per fidelizzare i pubblici interessati sia per acquisirne di nuovi. Le piattaforme che offrono cultura *on demand* costituiscono certamente un valido complemento alla diffusione lineare; convogliare una parte rilevante dell'offerta culturale sul web sarebbe tuttavia poco giustificabile.

## Cultura e intrattenimento

I media di servizio pubblico sono tenuti a mantenere alto il livello dell'approfondimento, non solo in ambito informativo ma anche in quello culturale. Una divulgazione intelligente e una giusta contestualizzazione, che evitino la banalizzazione dei contenuti, restando però accessibili e piacevolmente fruibili anche per chi non è un addetto ai lavori, sono quindi di fondamentale importanza.

Il CP ha costantemente monitorato in modo critico l'approccio adottato negli ultimi anni dalla RSI, che cerca sempre più frequentemente di proporre contenuti culturali, mediandoli attraverso varie forme di intrattenimento. In effetti, in alcune trasmissioni prodotte dall'azienda questi due mondi possono convivere: a condizione che la qualità rimanga alta e che la componente di intrattenimento venga dosata, oltre che calibrata nel giusto modo, in modo tale che i contenuti e i messaggi non vengano stravolti, sviliti o eccessivamente semplificati. Purtroppo finora, alla prova dei fatti, recenti produzioni della RSI che hanno tentato questa strada si sono dimostrate deludenti: i contenuti culturali hanno subito una inopportuna mortificazione, oscurati e snaturati da elementi e modalità proprie dell'intrattenimento più spicciolo (si vedano ad esempio programmi come *Turné Soirée*, *Notte al Museo*; o i presentatori di *Paganini*, che per aprire un programma dedicato a David Bowie si travestono da astronauti).

A fine 2020, quando la RSI rese pubblici gli obiettivi del progetto Lyra, abbiamo assistito a una levata di scudi nel mondo culturale (e non solo) in difesa di Rete Due. Dalle numerose prese di posizione pubblicate sul quotidiano La Regione, sono emerse aspre critiche relative alla pratica della commistione fra cultura e intrattenimento.

Scrivendo Tommaso Soldini: *“Anche nell’informazione e nella cultura, fatta eccezione, appunto, per Rete Due e per poche trasmissioni di approfondimento che la RSI continua a mantenere, ridere, essere simpatici è diventata una necessità. Non si può parlare di libri a meno che non vi sia un comico pronto a stemperare, a rinfrescare. La frivolezza deve essere sempre di scena, così come in alcune culture vi erano le prefiche ad assicurare la presenza di lacrime e strazio nelle diverse fasi del lutto”<sup>2</sup>.*

E Michele Dell’Ambrogio aggiungeva: *“Questa tendenza ad andare incontro al pubblico proponendo cose ritenute di suo gradimento è un fenomeno in atto perlomeno da quando l’industria culturale ha mosso i suoi primi passi. Consiste essenzialmente in considerare il destinatario come povero intellettualmente, quindi non degno di accedere alla cultura alta, e nel mantenerlo in questa supposta inferiorità culturale con prodotti di facile lettura. Per poi proclamare che al pubblico viene offerto quel che richiede. È il meccanismo che fa funzionare la quasi totalità delle radio e delle televisioni private, come Mediaset insegna, e che le fa prosperare. È un meccanismo che però diventa molto pericoloso quando a fagocitarlo sono enti che intendono avere scopi culturali. [...] E si trasforma in qualcosa di assolutamente perverso e inaccettabile quando viene messo in atto da un ente come la RSI che ha per mandato il servizio pubblico”<sup>3</sup>.*

La cultura, specie quella umanistica, è uno degli ambiti in cui è più difficile il compito – tanto imprescindibile per vocazione e per mandato, quanto improbo nei fatti – di mediazione culturale. Non vi sono dubbi che il servizio pubblico audiovisivo è, e comunque deve rimanere, un vettore di cultura indispensabile.

Il compito è, appunto, improbo; al punto tale che sembra votato al fallimento, almeno (così pare) agli occhi di coloro che sono deputati a svolgerlo. Di qui una certa sotterranea cattiva coscienza nel maneggiare questi materiali, che diviene ricerca di strumenti paradossali per farlo; strumenti derivati dalla convinzione, magari un po’ dolente e disincantata, che solo quanto fa intrattenimento può sdoganare certi contenuti “alti”. Ed è ben vero che occorre che questa affascinante materia sia in qualche modo predigerita e riletta per essere veicolata ad un uditorio laico con qualche speranza che essa non solo arrivi, ma si faccia stimolo e divenga materia di riflessione, di approfondimento, e poi magari emozione e passione.

Tutto questo per dire che non vi dovrebbe essere un’obiezione di principio a che qualche forma di intrattenimento, o di leggerezza, possa contaminare e ibridare la materia; questo però a patto di non stravolgerla e di non precipitarla nell’universo indifferenziato della semplificazione e della chiacchiera volgarizzante. Si tratta quindi di una questione di modo e di misura; nella quale giocano pure, in forme da ben definire per evitare il disastro, considerazioni legate alla pedagogia e alla didattica. Se è vero che per parlare da parrucconi serve solo una buona dose di spocchia e qualche (speriamo buona) lettura, e tanto peggio per chi non capisce, è altrettanto vero che per parlare di cultura senza svillaneggiarla o svilirla occorre una solida formazione culturale, passione vera, e una grande capacità di trovare le modalità di trasmissione di questi contenuti al proprio pubblico.

Non vi è dubbio che, come sottolinea Matteo Vegetti, *“[...] il Servizio pubblico svizzero ha sempre mostrato, direi persino dimostrato, che i media possono avere una funzione culturale senza risultare noiosi, pedanti o incompatibili con le leggi del mercato. È allora di fondamentale importanza che questa grande lezione di civiltà non vada sprecata, ma al contrario che venga protetta e valorizzata attraverso adeguati spazi e investimenti. Pericolosi cedimenti allo stile della radiotelevisione commerciale e ai suoi scopi, rischiano infatti di comprimere l’autonomia dei media pubblici e di lederne la qualità. La parabola della Rete Uno, sempre più disponibile a proporre trasmissioni di basso livello, a volte davvero troppo basso, rende questo pericolo concreto e minaccioso”.*

2 La Regione, 7 dicembre 2020

3 La Regione, 9 dicembre 2020

## Il legame con il territorio

La RSI costituisce un palcoscenico privilegiato per la scena artistica e culturale della Svizzera italiana: artisti e operatori locali dispongono di un luogo per certi versi unico in cui presentarsi al proprio pubblico. La radio e la televisione contribuiscono in misura determinante a diffondere e a valorizzare la produzione culturale e scientifica della propria regione di riferimento, e rafforzano nel contempo l'identità collettiva.

Durante l'emergenza sanitaria, il servizio pubblico radiotelevisivo ha gremito il palinsesto di appuntamenti destinati a celebrare le bellezze e le "eccellenze" del territorio della Svizzera italiana, in un profluvio di programmi dedicati a ogni micro- ed epifenomeno del nostro territorio. Una programmazione un po' acriticamente celebrativa e lievemente sovrabbondante, per usare un eufemismo, che può alimentare in qualcuno infondate ambizioni autarchiche.

Dall'ente pubblico ci si attende legittimamente un interesse accresciuto per tutto quanto fa (in)formazione e coesione nazionali, nello specifico ciò che può aiutarci a conoscere e capire la Svizzera tutta – e non solo a scandagliare e ad arare, ancora e ancora, il nostro piccolo campo a fini autocelebrativi. In questo senso, sarebbe opportuno che si proponessero programmi che parlino del resto del Paese (si intende: l'Elvezia), e non per rileggerlo in chiave ancora una volta autoreferenziale, ma proprio per comprenderne specificità culturali (inclusi i vari aspetti della cultura materiale), sociali ed economiche. E questo anche per cercare di capire se sia vero che i nostri confederati vengono da Marte e noi da Venere, in questa bella Willensnation, oppure se – come è più che probabile – vi siano rallegranti elementi di fratellanza ideale, e quali, ma soprattutto stimoli che ci permettano di uscire dalla sclerotica insularità che ci affligge. In questo contesto, l'attenzione a quanto vive e succede al di là delle Alpi potrebbe svolgersi attorno a due direttrici: la prima consiste nell'intensificare i contatti con tutte le altre unità aziendali per collaborare in modo coerente e istituzionale e per portare al sud anche ciò che queste unità producono; la seconda nell'affidare a corrispondenti sul posto che abbiano compito e mandato sia di dare conto di quanto avviene, sia di indagare con attenzione e con confederale ma critico affetto questi luoghi che alla maggioranza dei telespettatori ticinesi sono ignoti o, al massimo, oggetto di superficiale conoscenza. È incomprendibile, ad esempio, che non vi sia un congruo, stabile e attivo presidio giornalistico a Zurigo e nella Svizzera orientale, e quasi avvilente che i corrispondenti da Berna si limitino a raccontare la politica federale, invece di andare sul territorio e di parlare di quel molto altro che succede in quei posti. Accanto a questo, sembra essenziale moltiplicare le occasioni di interscambio con le altre unità aziendali, istituendo gruppi "interforze" e formulando proposte di collaborazione. Spesso la diffidenza che si intuisce presso i nostri cugini è solo frutto di una scarsa conoscenza e di qualche stereotipo di troppo (nutrito magari dalla programmazione ticino - e italo-centrica segnalata all'inizio), e da parte nostra di una certa pigrizia, o timidezza, o difficoltà relazionale.

A ben vedere, la RSI è l'ente di servizio pubblico della Svizzera di lingua italiana, ovunque i suoi parlanti siano geograficamente collocati, e non l'emittente della Svizzera sud alpina. Un'impostazione diversa sarebbe non solo poco comprensibile e addirittura illegittima, ma potrebbe aprire la strada a una contestazione della mitologica chiave di riparto. Per non parlare del fatto che una regionalizzazione dell'offerta della RSI sarebbe poco feconda anche in termini di formazione e di coesione nazionale.

## Quale linea editoriale?

In ambito culturale, uno dei compiti futuri potrebbe essere quello di definire una linea editoriale solida e riconoscibile, che permetta sia al pubblico, sia agli operatori culturali, sia agli artisti di capire come si muove la RSI all'interno di questo complesso ambiente: quali obiettivi persegua, quali contenuti ritenga importante privilegiare, e in che modo. Inoltre, sarebbe auspicabile che venissero definite delle linee guida per le modalità da adottarsi, a seconda dei vettori, nel diffondere argomenti culturali. Non ci riferiamo ai programmi culturali veri e propri, ovvero le emissioni dedicate a temi specifici o alle diverse discipline artistiche, ma soprattutto a tutte quelle informazioni legate al mondo della cultura che vengono trattate altrove in palinsesto in modo piuttosto casuale, in base alla visione e al sentire del responsabile di turno dei singoli programmi, trasmissioni, o servizi *online*.



Si possono citare molti esempi. Tra i più recenti: al pubblico radiofonico viene presentato un servizio nel quale il lavoro di un bravo artigiano (non un artista) viene descritto costantemente come “opera d’arte”; l’evento “*Van Gogh alive – The experience*” viene presentato quale “equivalente” di una vera e propria esposizione di opere di questo artista, non solo: il servizio suggerisce come questa esperienza sia addirittura da preferire alla visita a una mostra in cui si espongono i dipinti di Van Gogh; l’esposizione di lavoretti realizzati da un gruppo di bambini viene commentata utilizzando costantemente termini quali “capolavoro” e “opera d’arte”. Un approccio che crea confusione, che non si limita alle arti visive, ma tocca tutti i generi artistici.

Definire delle linee guida, accompagnate da utili consulenze per chi lavora in RSI, potrebbe servire a evitare di promuovere un’immagine del mondo della cultura che rischia di risultare imprecisa e fuorviante. Scrive nel suo contributo Carlo Silini:

*“La cultura si fa sia dall’alto che dal basso. Bisogna nutrirla da tutte e due le direzioni offrendo contributi scientificamente ineccepibili tali da non sollevare la contestazione degli esperti, sia contributi semplificatori nobili, nell’alveo della migliore tradizione divulgativa, che è un segno caratteristico della buona cultura. Che inizia, per quanto mi riguarda, dalla pulizia di linguaggio, dal fatto che chi lavora in RSI parli un italiano ineccepibile affrontando qualunque tema, anche un tema non culturale, ovviamente. È questo il primo elementare ed efficacissimo modo di fare cultura.”*

La quasi totale assenza di posizioni critiche nei confronti dei contenuti proposti, soprattutto per quanto riguarda le molte manifestazioni di varia natura che si svolgono sul territorio, è un altro punto debole nell’ambito della mediazione culturale attuata dalla RSI. Non si può che concordare con Paolo di Stefano quando afferma:

*“Nel mare magnum dell’indistinto, la funzione irrinunciabile di un medium pubblico è, dopo aver informato, prendersi delle responsabilità e selezionare, cioè attivare la critica culturale”.*

Bisognerebbe pertanto proporre contributi autenticamente critici, affidando questo importante compito a figure competenti e super partes<sup>4</sup>. Poiché, come osserva Lina Bertola,

*“fare mediazione culturale, anche nell’informazione e nel dibattere attorno ad essa, significa aprire un varco, suggerire un invito alla riflessione che permetta al pubblico, quando lo desidera, di trascendere il semplice prendere atto della realtà.”*

Sarebbe inoltre interessante creare una rete di operatori o critici in grado di segnalare – a complemento e in alternativa agli eventi /attori culturali che sono già integrati nei canali di promozione conosciuti e ben collaudati – attività culturali di nicchia, di qualità, che faticano a farsi reperire e (ri)conoscere. Una sorta di “rete di antenne” in grado di cogliere i segnali più promettenti e far emergere novità interessanti ma sommerse e forme di produzione culturale (spesso) più vicine ai giovani. Occorre infine fare il modo che coloro che propongono programmi e argomenti culturali abbiano la necessaria credibilità per farlo; difficile immaginare che animatori culturali, da anni attivi nell’intrattenimento popolare, possano essere vissuti dal pubblico come sufficientemente credibili per proporre altri contenuti. Una considerazione, quella dei profili e di una loro specializzazione, che vale non solo per la cultura ma anche più in generale.

## Mediazione culturale in ambito musicale

La musica riveste un ruolo centrale nella mediazione culturale messa in atto dai media di servizio pubblico. Per la radio è altresì un compito fondamentale: a differenza di altri vettori, la colonna sonora costituisce uno dei due elementi portanti di tutta la programmazione radiofonica, poiché la musica affianca e accompagna tutte le emissioni del parlato.

Le trasmissioni della RSI nelle quali la musica è protagonista, sono molteplici e toccano vari generi musicali. Ragionando di cultura, è comunque inevitabile rivolgere un’attenzione particolare alla “musica d’arte”, giacché “[...] la “musica d’arte”, quella che impropriamente chiamiamo “musica classica”, si impone all’attenzione come valore culturale, ricco di significati artistici, storici, sociali, meritevoli di essere portati al riconoscimento da parte dell’ascoltatore.”<sup>5</sup>

<sup>4</sup> All’interno di *Turné*, per un periodo limitato di tempo è stato fatto un tentativo in questa direzione, proponendo alcune “pillole” di critica; questo inserto, denominato *La spigolatura*, è purtroppo stato soppresso.

<sup>5</sup> La Regione, 11 dicembre 2020

Nel corso degli anni, lo spazio riservato a questo tipo di musica si è fatto sempre più esiguo. La musica classica è presente, a parte rarissime eccezioni, solo su Rete Due, in tre fasce in cui gli ascolti sono minori: a metà mattina (9.30-11.00), nel primo pomeriggio (14.00-16.30), in tarda serata (20.00-23.00). Inoltre, non di rado i programmi che dovrebbero dare ampio spazio alla musica classica sono colonizzati da altri generi, non necessariamente connotabili come produzioni musicali di qualità. Per il resto della giornata, su Rete Due, soprattutto in fasce di ascolto più importanti, la musica fa da mero contorno al parlato e si configura come una sorta di flusso di intrattenimento leggero, totalmente indistinto: canzoni, musica francese, brani pop, musica jazz "leggera", musica lounge e altri generi. Ogni tanto fanno capolino brani jazz storici, o brani del cantautorato italiano classico, anche questi immersi in un brodo musicale indefinito (composto di pezzi in gran parte del tutto sconosciuti), dentro il quale è impossibile identificare una linea editoriale. Da questo "tappeto sonoro" di accompagnamento è esclusa la classica. In fasce di ascolto analoghe per contenuti e struttura la consorella di lingua tedesca *DRS 2 Kultur* propone invece molta classica di piacevole e facile ascolto, e costituisce in questo senso un esempio virtuoso (una modalità analoga è adottata del resto in quasi tutte le radio culturali, tedesche, inglesi, francesi e italiane).

Escluse da queste fasce di grande ascolto sono pure la musica rock e jazz e altre espressioni e generi musicali ormai considerati parte di un patrimonio musicale classico: gruppi e artisti che hanno fatto la storia del rock (i cui autori e interpreti sono musicisti di alto livello), i classici jazz che il pubblico conosce e apprezza. Decretare ostracismi nei riguardi delle espressioni musicali contemporanee sarebbe come limitare alla storia dell'arte ogni trasmissione che si occupi di arti visive. Né vale l'obiezione che questa programmazione frammentata e senza una qualità precipua sia dovuta a esigenze di spazio (non di rado il brano musicale fa solo da stacco): per trasmettere musica classica e/o musica d'autore non è necessario ricorrere al malvezzo dell'interruzione (taglio o suono sfumato): la musica colta offre infatti un'infinità di brani e opere che si prestano quale inserto musicale breve, anche di pochi minuti.

La musica d'arte e la sua divulgazione sono invece praticamente assenti dal mezzo televisivo. Fanno eccezione alcuni momenti (rari) in cui vengono trasmessi concerti dal vivo, ad esempio dal LAC. Questo tipo di programmazione è tuttavia unicamente legata ad eventi particolari (anniversari, prime esecuzioni ecc.), per cui questi programmi non sono riconducibili a una linea editoriale riconoscibile.

L'ascolto della musica classica alla radio ha a che fare sia con i gusti personali, sia con il bisogno di seguire programmi che offrano un accompagnamento musicale interessante, oltre che gradevole. Chi ascolta musica d'arte alla radio lo fa per scoprire nuove produzioni, nuove interpretazioni, nuovi compositori – approfittando della varietà, e quindi della complementarità che il mezzo radiofonico offre rispetto alla discoteca casalinga o alle sale da concerto. Ma giocano un ruolo anche altri elementi: fruire di una contestualizzazione competente dell'elemento musicale (inquadramento storico, annotazioni critiche, spiegazioni), poter ascoltare musicaregistrata dal vivo, ascoltare esecuzioni storiche; ma pure, e non da ultimo, per sottrarsi al mainstream, alla dittatura dominante della musica commerciale ormai onnipresente su quasi tutti i canali (anche alla RSI). In campo musicale valgono in sostanza le stesse ragioni che motivano il pubblico a seguire ogni genere di trasmissione di approfondimento culturale: conoscere ed esplorare territori nuovi, imparare a fruire in modo competente di un'opera d'arte, avvicinarsi a nuove produzioni di grande qualità artistica. Non solo musica classica, ma anche brani e classici di altri generi musicali, come il jazz (e non solo attingendo alla produzione contemporanea, o al repertorio di festival ed eventi musicali recenti, ma includendo anche tutta la tradizione classica del genere), o altre produzioni musicali – certa musica rock, il cantautorato d'autore, e così via - che sono da considerarsi alla stregua di classici, perché hanno una valenza storica, oltre che una qualità artistica incontestabile. Generi attualmente molto trascurati, per non dire negletti, ai quali Rete Tre e Rete Uno potrebbero offrire maggiori spazi e più attenzione.<sup>6</sup>

Sono molte le modalità di promuovere la cultura attraverso la musica, a patto che ci sia una linea editoriale riconoscibile. Attualmente manca un profilo in grado di fidelizzare il pubblico interessato alla musica d'arte – in tutte le sue declinazioni. Per Rete Due (che viene considerata un'emittente culturale) è sempre meno facile risalire a un'impostazione chiara e inconfondibile, né si riesce ad arguire quale sia il pubblico target che si intende raggiungere.

<sup>6</sup> Ciò avviene solo rarissimamente, in occasione di un anniversario, più spesso quando un artista muore, per cui manca una divulgazione seria di questo genere musicale. Si potrebbe allargare questo discorso, arrivando alle stesse considerazioni, per quanto riguarda la musica etnica e la World Music.

Come fa notare Carlo Piccardi nel suo contributo,

*"Musicalmente parlando Rete Due ha quindi notevolmente indebolito la propria identità musicale. È venuto meno il 'tronco', che era la base dell'identificazione dell'ascolto, mentre sono rimasti i 'rami', vaganti in modo dispersivo. [...] Se si chiedesse oggi a un ascoltatore di Rete Due di definire la musica che essa offre, riceveremmo fatalmente risposte contrastanti. Ciò ha indebolito l'immagine della rete, rendendola opaca, insufficientemente profilata."*

Ciò comporta il rischio, non remoto, di perdere ascoltatori fedeli, perché delusi, disorientati, o alla lunga semplicemente annoiati. Un pubblico che, come vari studi dimostrano, non è fossilizzato sulla musica classica, ma è invece aperto e interessato a nuove esperienze e a conoscere nuove produzioni e generi musicali.

Promuovere la buona musica, sia in ambito radiofonico che televisivo, richiede conduttori e presentatori capaci. Per quanto riguarda la musica d'arte, la radio costituisce (ancora), rispetto ad altri modi di fruizione (CD, concerti), un vero e proprio USP. Il mezzo radiofonico è infatti complementare ad altre modalità di fruizione: ciò che interessa a chi ascolta è il valore aggiunto che i media di servizio pubblico sono in grado di offrire. È pertanto importante che la moderazione sia affidata a persone in grado di inquadrare e contestualizzare sul piano culturale e storico gli ascolti. Moderatori preparati, che sappiano parlare con passione oltre che competenza e senza sfoggio di saperi specialistici (che non sono mai inclusivi, ma respingenti). Principi, questi, che si applicano del resto a tutto l'approfondimento culturale.

La mediazione culturale in ambito musicale dovrebbe seguire gli stessi criteri che vigono anche per altri ambiti: offrire frequenti occasioni di scoperta, permettere all'utenza di ampliare le proprie conoscenze, promuovere un buon equilibrio tra tradizione e innovazione, nonché informare regolarmente su concerti ed eventi musicali proposti nel territorio, per incentivare anche la fruizione della musica dal vivo.

## La promozione della letteratura

La promozione della lettura e della letteratura è un ambito cui il servizio pubblico potrebbe dare un contributo importante. Leggere significa accrescere la creatività personale e coltivare nuovi interessi, ma anche accedere a un'ampia e variata gamma di conoscenze, idee e opinioni. Il libro è uno strumento che permette di soddisfare esigenze individuali e collettive di istruzione, informazione e sviluppo personale, oltre a essere occasione di svago e piacevole impiego del tempo libero. Come evidenzia l'antropologa Jennifer Duyne Barenstein,

*"esiste una fascia della popolazione molto interessata alla letteratura moderna, che apprezza essere informata in maniera approfondita su nuove pubblicazioni sulla base di analisi, letture e colloqui con scrittori e scrittrici [...]."*

Come, ad esempio, la trasmissione *52 Beste Bücher* di SRF Kultur

*"[...] che si rivolge esplicitamente a un pubblico colto e appassionato di letteratura. Si tratta di un programma che richiede una certa concentrazione e che i Podcast permettono di ascoltare o riascoltare in momenti opportuni."*

Anche il servizio pubblico dovrebbe insomma in qualche misura contribuire ad incentivare in modo adeguato la lettura e ad ampliare l'accesso al sapere e alla fruizione di opere letterarie, favorendo così una partecipazione attiva alla cultura. Creare maggiori occasioni di valorizzazione della letteratura e dei libri, sia attraverso format specifici, sia riservando spazi dedicati alla promozione della lettura all'interno di vari programmi – non solo di quelli a carattere culturale. Pensare a un format che coinvolga i giovani e giovanissimi, in modo da collaborare a una sorta di "educazione alla lettura", permetterebbe all'azienda di concretizzare la propria vocazione formativa.

Va detto che, in questo ambito, varie emittenti estere offrono parecchi modelli ed esempi interessanti e riusciti: pensiamo ad esempio a trasmissioni di spessore, oltre che godibili, come *Fahrenheit* (RAI, Radio Tre), o *Literaturclub* (SRF 1), o *Quante storie* (Rai3). Un'iniziativa che giudichiamo pure molto interessante è quella della RTS, che dal 1987 sostiene e promuove un suo premio del pubblico, che viene assegnato dagli utenti RTS appassionati di libri e di letteratura. Da qualche mese RTS propone una [newsletter settimanale](#) (*QWERTZ Livres*) in cui vengono recensite le ultime uscite in libreria, talvolta corredate da interviste e contributi audiovisivi.

La radio dedica alla lettura e alla letteratura *Alice*, magazine culturale in onda su Rete Due. L'emissione risponde bene alle esigenze fin qui formulate: favorisce la conoscenza della letteratura della Svizzera italiana, nazionale e a internazionale (in maggioranza italiana), e dà spazio agli autori/alle autrici con belle interviste. Rimane tuttavia confinata in una fascia di ascolto non molto frequentata (il sabato pomeriggio) e pertanto non raggiunge un pubblico ampio.

Se invece parliamo di libri in televisione, l'impegno è gravoso: soprattutto per la siderale differenza di spazio e di passo tra l'esperienza della lettura e quella della fruizione audiovisiva. Di sforzi ne sono stati fatti molti, alcuni (pochi) riusciti, altri molto meno; in taluni casi, è sorto il dubbio che lo scopo dell'esercizio fosse quello di far diventare l'esperienza del libro non quella del confronto con una storia, un linguaggio e un mondo, ma solo il modo per fornire idee per oggetti destinati ad ornare scaffali o per dare facile lustro con frasi pescate nella prima o nella quarta di copertina. Ma i poveri esiti di taluni tentativi non sono motivo per abbandonare la battaglia, a patto che se si voglia adeguatamente armarsi per combatterla e, soprattutto, che si comprenda bene la posta in gioco.

Sarebbe utile, financo necessario, che si leggesse la prima parte di un libro piuttosto illuminante, Il manifesto del libero lettore: otto scrittori di cui non so fare a meno, di Alessandro Piperno. Scrive Piperno nel suo saggio: *"I libri sono strumenti di piacere, come la droga, l'alcol, il sesso, non il fine ultimo della vita [...], un'invocazione al capriccio, alla voluttà, ma anche all'indolenza e all'insubordinazione: perché leggere è un vizio, mica una virtù; diritto, intima necessità, non certo un obbligo istituzionale. Ecco chi è il libero lettore: un individuo un po' strambo, allo stesso tempo credulone e diffidente, squisito e volgare, sentimentale e cinico, devoto e apostata; un rompiscatole che diffida della gente ma ha un debole per i personaggi, che alle fauste bellezze della natura preferisce le gioie segrete della fantasia, convinto com'è che non c'è verità senza eleganza, né arte senza rigore [...]"*<sup>7</sup>.

Ecco, un programma che avesse sempre davanti agli occhi un lettore con questo profilo avrebbe già fatto un grande passo.

## Conclusioni

La promozione e la valorizzazione della cultura sono componenti fondamentali per il servizio pubblico radiotelevisivo. In una nazione federalista come la Svizzera, questo compito è particolarmente importante poiché diventa un fattore identitario e contribuisce alla coesione nazionale. Le occasioni per la fruizione culturale in tutte le sue forme sono cresciute enormemente, e di pari passo è migliorato il livello culturale della popolazione; la cultura è un settore che attira l'interesse di un pubblico sempre più ampio ed eterogeneo. Per queste ragioni, la sua presenza nelle emissioni (lineari e online) dei media di servizio pubblico va rafforzata, non ridotta.

Negli ultimi decenni, e in particolare dalla nascita delle televisioni commerciali, tra gli addetti ai lavori si è largamente affermato un pregiudizio anticulturale, che vuole che la cultura sia "noiosa". Tale pregiudizio, che non tiene conto del ruolo centrale che la cultura ha assunto nella nostra società, implica che per parlare di cultura e di arte, soprattutto in televisione, sia necessario alterarne e banalizzarne i contenuti attraverso varie forme di intrattenimento leggero. Un alibi che è divenuto un problema strutturale, ma che non trova giustificazione, visto il ruolo che la fruizione culturale, a tutti i livelli, ha assunto nella nostra società.

È importante proporre all'utenza trasmissioni di approfondimento, potenziando l'offerta in vari ambiti. Al di là dell'innegabile valore formativo di queste emissioni, imprescindibili in un contesto di servizio pubblico, la fruizione dell'approfondimento contiene anche una componente edonistica, che risiede nel riuscire a comprendere problematiche complesse, a contestualizzare temi e avvenimenti della contemporaneità e del passato, e a orientarsi in una società in costante mutamento.

Per una mediazione culturale che assolvano anche al mandato formativo del servizio pubblico, la promozione della musica d'arte in tutte le sue forme e quella della lettura sono elementi imprescindibili.

Le piattaforme online sono un veicolo fondamentale, in quanto questo tipo di offerta visuale tiene conto delle nuove modalità di fruizione da parte di una componente sempre più ampia dell'utenza. Tuttavia, il lineare resta essenziale, non da ultimo per la fidelizzazione del pubblico radiofonico e televisivo, anche giovanile.

La moderazione e la presentazione di contenuti culturali devono sapere coniugare serietà e leggerezza, competenza e intrattenimento intelligente. Sfida non facile, ma che va affrontata. I contenuti culturali vanno veicolati e sostenuti da una moderazione credibile, che non scivoli nell'intrattenimento gignesco e verboso. Perché nulla è più greve della leggerezza forzata.

Anche alla luce delle minacce, in ambito politico, che si profilano all'orizzonte, e della concorrenza internazionale, è possibile che l'azienda di servizio pubblico dovrà in futuro sempre più concentrare la propria attività in taluni ambiti specifici: l'informazione, gli eventi e la cultura. Si ritiene non inutile una riflessione di natura strategica che indaghi questi scenari.

La promozione e la valorizzazione della cultura sono componenti fondamentali per il servizio pubblico radiotelevisivo. In una nazione federalista come la Svizzera, questo compito è particolarmente importante poiché diventa un fattore identitario e contribuisce alla coesione nazionale.



## Appendice

### UN ALTRO PUNTO DI VISTA OPERATORI CULTURALI, ARTISTI, ESPERTI E APPASSIONATI DI CULTURA

Nel processo di analisi sono stati interpellati dieci cosiddetti stakeholder, ovvero persone attive a vario titolo in ambito culturale ed esponenti di varie discipline artistiche, cui è stata richiesta una valutazione in base agli stessi obiettivi e ai criteri di valutazione che hanno guidato l'analisi del Gruppo di lavoro (GL).

Le persone coinvolte sono state scelte sia in virtù della loro esperienza e competenza in campi specifici, sia in quanto regolari fruitori di programmi radiofonici e televisivi, in particolare della RSI. Otto le persone che hanno risposto all'invito del GL.

Si è chiesto in particolare di:

- Valutare le modalità e gli approcci messi in atto dal servizio pubblico per quanto attiene alla mediazione di contenuti culturali;
- Esprimere un giudizio sulla qualità, la rilevanza e la congruenza di questi contenuti e temi;
- Formulare le proprie aspettative, sia sul piano personale che per il relativo settore di attività/di competenza nei confronti della mediazione culturale proposta dal Servizio pubblico;
- Ipotizzare i principali sviluppi futuri in ambito culturale e la loro rilevanza per quanto riguarda il servizio pubblico radiotelevisivo.

Quale traccia per il loro contributo, è stata loro inviata la seguente griglia di domande:

- Quali sono le sue aspettative, sia personali, sia per quanto riguarda il suo settore di attività e di competenza, nei confronti della mediazione culturale attuata dal Servizio pubblico?
- A quali temi e a quali contenuti specifici il Servizio pubblico dovrebbe secondo lei dedicare maggiore spazio e attenzione?
- Quali saranno gli sviluppi maggiormente rilevanti per la cultura e il settore culturale in cui opera e come dovrebbero incidere nell'ambito della programmazione del Servizio pubblico radiotelevisivo?
- Quali dovrebbero essere e gli approcci adeguati da adottare per una mediazione culturale efficace? In che misura contenuti culturali possono/debbono essere veicolati utilizzando le modalità proprie dell'intrattenimento?

Nella richiesta del GL, è stato tuttavia sottolineato che ognuno di loro aveva facoltà di interpretare la richiesta come meglio credeva, e di porre l'accento anche su altre questioni, qualora queste fossero sembrate più pertinenti o maggiormente rilevanti, oppure riferendosi unicamente alla produzione e alla programmazione dell'attuale palinsesto radiofonico e televisivo della RSI, senza indicare prospettive future.

Gli otto contributi pervenuti sono riportati integralmente nelle pagine seguenti.

## Appendice

### CARLO SILINI, *Giornalista e scrittore*

*Quali sono le sue aspettative, sia personali, sia per quanto riguarda il suo settore di attività e di competenza, nei confronti della mediazione culturale attuata dai media di Servizio pubblico?*

Dal Servizio pubblico mi aspetto soprattutto due cose: competenza specifica nel campo culturale trattato e sapienza divulgativa (che è poi un altro importantissimo ambito di competenza). La prima è necessaria per l'affidabilità e quindi la credibilità "scientifica" dell'ente, la seconda per trasmettere il patrimonio culturale in tutte le sue forme al più alto numero possibile di persone (specialisti e no). Trovo che in generale, dal punto di vista quantitativo, questo già avvenga (i programmi culturali non mancano e anche nell'informazione generalista la cultura non viene dimenticata). Da questo punto di vista sono contento che il previsto ridimensionamento di Rete Due sia stato congelato. Sul piano più strettamente personale e qualitativo credo che il vettore più efficace nel comunicare la cultura sia la passione. Non servono giornalisti o professorini gelidi, precisi (e pedanti) ci vogliono divulgatori che traboccano passione per l'arte di cui trattano. Perché la cultura senza passione è sterile e noiosa.

*A quali temi e a quali contenuti specifici il Servizio pubblico dovrebbe secondo lei dedicare maggiore spazio e attenzione?*

A tutto quello che ci aiuta a vivere meglio e a dare un senso al mondo di oggetti, documenti e simboli che ci circondano e di cui troppe persone ignorano il significato. Qui ragiono da giornalista: è difficile interessare o appassionare qualcuno a qualcosa che non lo tocca direttamente, molto meglio farlo partendo dall'attualità e dalla vicinanza fisica o psicologica al destinatario. Mi spiego. Fino a prima della pandemia rispolverare per il grande pubblico la peste descritta dal Manzoni o da Boccaccio, per quanto indubbiamente interessante, sarebbe stato un po' troppo astratto e libresco per la maggioranza delle persone visto che nessuno di noi ha sperimentato una situazione di pandemia. Oggi che ci siamo tutti immersi, capiamo che da certi scritti, o dal percorso tra le cappelle dedicate a san Rocco in Ticino o ai protettori dalla peste, abbiamo molto da imparare. Che quelle antiche opere d'arte non sono libri pieni di polvere o vecchi dipinti sbiaditi: siamo noi, è l'umanità, di fronte al dramma di una malattia globale. E ci parlano ancora a distanza di secoli.

*Quali saranno gli sviluppi maggiormente rilevanti per la cultura e il settore culturale in cui opera e come dovrebbero incidere nell'ambito della programmazione del Servizio pubblico radiotelevisivo?*

Operando nel settore dell'informazione e della scrittura creativa, credo che alcuni possibili sviluppi siano i seguenti: sul fronte dell'informazione l'educazione alla comprensione delle notizie e allo smantellamento di bufale e disinformazione. Sarebbe un servizio pubblico utilissimo di primaria importanza per la salvaguardia della ragione e del metodo scientifico in un mondo che spesso cade nel vortice del complottismo e delle menzogne virali che danneggiano prima di tutto le democrazie, in secondo luogo la buona informazione, che è poi quella che compete soprattutto all'ente pubblico. Sul fronte letterario, mi pare che si faccia già un ottimo lavoro con una notevole attenzione all'editoria di casa nostra, che tra l'altro negli ultimi anni si è fatta molto prolifica e vivace.

*Quali dovrebbero essere gli approcci adeguati da adottare per una mediazione culturale efficace? In che misura contenuti culturali possono/debbono essere veicolati utilizzando le modalità proprie dell'intrattenimento?*

La cultura si fa sia dall'alto che dal basso, Bisogna nutrirla da tutte e due le direzioni offrendo contributi scientificamente ineccepibili tali da non sollevare la contestazione degli esperti, sia contributi semplificatori nobili, nell'alveo della migliore tradizione divulgativa, che è un segno caratteristico della buona cultura. Che inizia, per quanto mi riguarda, dalla pulizia di linguaggio, dal fatto che chi lavora in RSI parli un italiano ineccepibile affrontando qualunque tema, anche un tema non culturale, ovviamente. È questo il primo elementare ed efficacissimo modo di fare cultura. Per quanto riguarda gli strumenti da utilizzare, non bisogna temere l'intrattenimento in quanto tale – che può essere la nobile porta d'accesso a tematiche difficili e/o specialistiche (come la critica musicale, cinematografica o testuale, per esempio) – ma l'intrattenimento stupido che svilisce sia chi lo fa, sia l'oggetto che viene trattato. Sogno di vedere e/o sentire in RSI dei grandi e appassionati divulgatori scientifici, letterari, artistici, musicali, filosofici ecc ecc, sul modello di David Frederick Attenborough, o – pensando alla vicina penisola – di Piero e Alberto Angela o del compianto Philip Daverio. Sarebbe bello trovare sul territorio e valorizzare in appositi programmi o pillole informative profili del genere.

## Appendice

**PAOLO DI STEFANO, *Giornalista e scrittore***

*Quali sono le sue aspettative, sia personali, sia per quanto riguarda il suo settore di attività e di competenza, nei confronti della mediazione culturale attuata dai media di Servizio pubblico?*

L'offerta culturale del nostro tempo è decisamente improntata sulla quantità come valore assoluto: quantità differenziata della proposta che chiede un afflusso, sempre quantitativo, all'altezza, cioè altrettanto indistinto. Questo vale per i libri, per le mostre, per gli spettacoli: consumo, affluenza, audience. Il giornalismo culturale spesso ritiene di esaurire il proprio compito nel dare conto dei prodotti di successo, amplificando così quel che è già stato consacrato dal mercato. Se il compito informativo è certamente indispensabile (dare notizia del romanzo in vetta alle classifiche, della mostra più frequentata...), tuttavia non è sufficiente: si tratta di spiegare le ragioni di certi fenomeni, non solo di descrivere l'esistente optando per soluzioni neutre. Nel mare magnum dell'indistinto, la funzione irrinunciabile di un medium pubblico è, dopo aver informato, prendersi delle responsabilità e selezionare, cioè attivare la critica culturale, tenendo ben separati e riconoscibili i due livelli: quello della notizia il più possibile esauriente (news) e quello del commento (views), ma senza rinunciare né all'uno né all'altro. Sempre più l'esigenza per un fruitore di cultura (lettore, spettatore di un film, di un concerto, di un teatro, del visitatore di mostre eccetera) è di avere guide affidabili, capaci di orientare il suo pubblico: ciò che davvero vale la pena di leggere, vedere, ascoltare... Dunque da una parte l'informazione deve essere il più possibile completa, dall'altra gli approfondimenti devono proporsi come criticamente selezionati in modo da saper motivare e consigliare. Le manifestazioni culturali di ogni tipo si moltiplicano (in Ticino molto più che altrove): questo è sicuramente un segnale positivo, ma come deve comportarsi un servizio pubblico? Accogliere tutto (o quasi) senza criteri selettivi oppure assumersi l'onere del giudizio e agire di conseguenza? Nel moltiplicarsi dell'indistinto (favorito dal web) è tempo di tornare, con autorevolezza, a finalità formative ed educative, oltre che informative.

*A quali temi e a quali contenuti specifici il Servizio pubblico dovrebbe secondo lei dedicare maggiore spazio e attenzione?*

Non credo che si possano selezionare a priori le tematiche e i contenuti: che siano tradizionali o innovativi, un'informazione culturale degna di questo nome dovrebbe dar conto dell'attualità in generale. Certo, sarebbe doveroso affinare le antenne sui segnali di novità in modo da darne notizia tempestivamente (l'ideale sarebbe prima della concorrenza). Non si possono trascurare i sempre più numerosi eventi che richiamano l'attenzione di un pubblico curioso, per esempio i festival (che si moltiplicano in Ticino in modo impressionante): ma anche in questi casi bisogna scegliere un taglio, preoccuparsi di non fare l'"elenco della spesa" di quel che viene messo in programma, ma proporre una prospettiva propria. L'"elenco della spesa" per non scontentare nessuno è il rischio maggiore della microregione... Dunque, mi verrebbe da dire che ogni cosa è buona se viene trattata in maniera originale e non ovvia. Ma certamente, se da una parte si pone sempre più l'esigenza di utilizzare attivamente la rete, dall'altra si avverte anche l'urgenza di prendere in esame la rete come oggetto di indagine, che distingue il vero dal falso, il buono dal meno buono. Questa sì è una materia nuova con la quale inevitabilmente dobbiamo confrontarsi in primo luogo come giornalisti, imparando e insegnando a muoversi. C'è tutta una nuova questione didattica, legata al mondo digitale, che si apre e che il servizio pubblico non può ignorare. Né si può ignorare la produzione migliore, quella critica e quella creativa, della rete stessa, che spesso è fonte, a sua volta, di cultura. Bisogna dunque evitare da una parte l'adesione totale a ciò che propina il Web, dall'altra la diffidenza ottusa.

*Quali saranno gli sviluppi maggiormente rilevanti per la cultura e il settore culturale in cui opera e come dovrebbero incidere nell'ambito della programmazione del Servizio pubblico radiotelevisivo?*

Mi pare che si vada imponendo da molti anni un tipo di cultura orale in cui il fruitore richiede un confronto diretto con l'artista, lo scrittore, l'intellettuale. Questo impone una presenza sul posto da parte del giornalista: rinunciare alla pretesa sistematica e abituale di anticipare in modo neutrale il programma, ma essere sul posto, rivalutare l'ascolto e il contatto diretto. Dunque, evitare il rito dell'intervista celebrativa o promozionale. Semmai cogliere l'occasione dell'uscita di un libro o dell'apertura di un festival anche per mettere in gioco idee, novità, prospettive sul mondo, o per presentare personaggi impreveduti. Troppo spesso la cultura (specie nelle sedi istituzionali) viene liquidata con servizi d'obbligo: esce un libro del personaggio più o meno famoso? Dedichiamogli due-tre-quattro minuti... Credo che oggi si imponga un punto di vista, una scelta motivata, rigorosa e perciò sorprendente.

## Appendice

*Quali dovrebbero essere gli approcci adeguati da adottare per una mediazione culturale efficace? In che misura contenuti culturali possono/debbono essere veicolati utilizzando le modalità proprie dell'intrattenimento?*

Non credo che contenuti culturali debbano essere veicolati utilizzando le modalità proprie dell'intrattenimento. Ripeto: credo che si debba superare la retorica ormai vecchia della contaminazione postmoderna alto-basso, e che si debbano distinguere format e linguaggi.

### **LINA BERTOLA, *Filosofa***

*Aspettative nei confronti della mediazione culturale attuata dai media di servizio pubblico e nei confronti di possibili sviluppi rilevanti*

Ritengo innanzitutto opportuno distinguere i contenuti della filosofia dallo sguardo filosofico sulla realtà che è sorgente e nutrimento di ogni espressione culturale: nemmeno l'arte e la ricerca scientifica esisterebbero senza questo sguardo. Al di là dei contenuti specifici della filosofia, credo che un compito della mediazione culturale sia quello di coltivare questo sguardo verso ogni aspetto della realtà; una realtà che è sempre culturale, in senso antropologico, perché espressione del nostro modo di "stare al mondo", espressione della vita della polis, in primis, nelle sue molteplici manifestazioni e nella sua complessità.

Coltivarlo fin dentro il racconto dell'informazione, con una diversa postura nei confronti del compito di descrivere la realtà, spesso "prigioniero" di una logica deterministica: prendere atto che... informare che... Il ruolo di mediazione culturale, anche dell'informazione nei suoi molteplici aspetti, credo si esprima nell'andare oltre, nell'interrogare la realtà secondo prospettive molteplici:

- di natura storica (da dove viene questo "dato di fatto"?);
- di natura epistemologica (quali i criteri interpretativi di cui disponiamo, o meglio che scegliamo, per descrivere questa realtà?);
- di natura ontologica (quale lo statuto della realtà che prendiamo in considerazione, quale la sua essenza, ovvero ciò per cui è ciò che è?).

Come già aveva capito Kant, e come conferma oggi la fisica quantistica, c'è sempre il nostro sguardo nell'osservare la realtà. A me pare davvero importante assumerne consapevolezza nella postura comunicativa. Coltivare questa postura consapevole significa rinunciare ad inseguire un'ingenua quanto impraticabile neutralità, preferendo, alle sue gabbie simboliche, l'assunzione di responsabilità soggettive nel costruire l'oggettività dei fatti.

Un'attitudine consapevole, totalmente estranea a forme di arbitrarietà o di possibili condizionamenti di natura ideologica. Interrogare la realtà mentre la raccontiamo significa evitare di considerarla un "dato di fatto" ineluttabile, punto di partenza e punto di arrivo di ogni discorso. Se appiattita su un presente assoluto (il cosiddetto tempo reale) anche l'informazione rischia di perdere il proprio respiro culturale. Non a caso la nostra è considerata l'epoca dell'insignificanza: insignificanza intesa non come mancanza di senso bensì come perdita del bisogno (e del desiderio) di interrogarsi sul senso delle cose.

Dal mio punto di vista, fare mediazione culturale, anche nell'informazione e nel dibattere attorno ad essa, significa aprire un varco, suggerire un invito alla riflessione che permetta al pubblico, quando lo desidera, di trascendere il semplice prendere atto della realtà. In questo senso i media di servizio pubblico possono sollecitare, in chi ne fruisce, quell'atteggiamento critico che rende la cultura sorgente di libertà.

Ecco un esempio legato all'ampio spazio che è stato dedicato al tema della pandemia. Concerne l'idea di "normalità". La tanto agognata normalità è rimbalzata nei più svariati discorsi sempre come un dato di fatto indiscusso e indiscutibile, senza essere stata analizzata, a quanto mi risulta, secondo le prospettive che ho indicato sopra. Eppure, anche i comportamenti attuali di cui tanto si discute, così come le contrastanti visioni della libertà e del ruolo del potere politico, si sarebbero potute meglio comprendere in rapporto a questa "normalità", ai suoi valori, alle sue forme di convivenza, mettendoli in prospettiva.

In queste mie considerazioni ho messo l'accento sull'approccio alla realtà piuttosto che sui contenuti perché è in questo ambito che intravedo e auspico possibili sviluppi. Ricondurrei questa importanza del cosiddetto sguardo filosofico a quello che Aristotele ha definito l'*habitus*. Una disposizione, un'attitudine adottata consapevolmente nei confronti

## Appendice

della realtà e del compito di raccontarla e di discuterla. La difficoltà nell'assumere questo habitus non credo stia tanto nella preparazione dei professionisti della comunicazione, quanto nel riuscire a contrastare l'effetto davvero pervasivo dello spirito del tempo che di certo non soffia in questa direzione.

*Il servizio pubblico può davvero contrastare le attuali tendenze in qualche modo anticulturali?*

Certamente, Rete Due svolge il proprio compito in modo soddisfacente, sia nei contenuti sia nell'alimentare il respiro culturale nei suoi molteplici linguaggi. Questo compito non dovrebbe tuttavia essere una prerogativa di Rete Due. Se Rete Due offre maggior approfondimento, con argomentazioni contenutistiche rigorose e puntuali, il tempo di un invito alla riflessione può essere suggerito e coltivato in tanti modi e in spazi diversi, anche, e forse soprattutto, laddove si accolgono le esigenze e le urgenze del "tempo reale".

Dai cosiddetti dati di fatto alle notizie, e dalle notizie all'approfondimento: un percorso di senso, un percorso di mediazione culturale da promuovere anche a partire dall'informazione di Rete Uno, sulla scia di quanto già accade in alcuni spazi di *Mille voci* o delle *Tre Case*.

### **MATTEO VEGETTI, Filosofo**

*Quali sono le sue aspettative, sia personali, sia per quanto riguarda il suo settore di attività e di competenza, nei confronti della mediazione culturale attuata dai media di Servizio pubblico?*

La radiotelevisione svizzera, agli occhi di uno spettatore italiano, è sempre risultata un modello esemplare. Della radio colpiva innanzitutto (e ancora colpisce) l'interesse per cultura alta (dalla musica classica alla filosofia); un interesse coltivato con grande cura e straordinarie capacità professionali.

Della televisione sorprende (e ancora sorprende) l'assenza di volgarità, prevaricazione verbale, sensazionalismo. Ma poi anche la proposta di trasmissioni di carattere socio-culturale e scientifico di indubbio livello (penso per esempio a *Il giardino di Albert* per la televisione e a *Geronimo* per la radio).

Nell'insieme, il Servizio pubblico svizzero ha sempre mostrato, direi persino dimostrato, che i media possono avere una funzione culturale senza risultare noiosi, pedanti o incompatibili con le leggi del mercato.

È allora di fondamentale importanza che questa grande lezione di civiltà non vada sprecata, ma al contrario che venga protetta e valorizzata attraverso adeguati spazi e investimenti.

Pericolosi cedimenti allo stile della radiotelevisione commerciale e ai suoi scopi, rischiano infatti di comprimere l'autonomia dei media pubblici e di lederne la qualità. La parabola della Rete Uno, sempre più disponibile a proporre trasmissioni di basso livello, a volte davvero troppo basso, rende questo pericolo concreto e minaccioso.

A mio avviso, sia pure in modi diversi rispetto alla Rete Due, anche la Rete Uno non dovrebbe rinunciare alla qualità, all'intelligenza e alla cultura, ovvero alle prerogative del servizio pubblico. Per la stessa ragione, lo spazio informativo del radiogiornale (penso proprio a quello della Rete Uno) non può essere modificato e compresso senza danno per la comunità che contribuisce al Servizio pubblico. Resta molto alto il profilo dell'ultima ora di *Mille voci* con i giornalisti Antonini, Colotti, Bolzani, in cui vengono affrontati, con tempi e spazi adeguati, argomenti rilevanti, culturali, politici e sociali, anche sulla notizia dell'ultima ora.

Rispetto alla Rete Uno, la Rete Due mi pare ancora presentare un profilo mediamente alto e coerente, in particolare nell'offerta del programma *Laser*, che vede anche numerosi collaboratori esterni molto competenti sui diversi fronti, anche con ospiti internazionali. E tuttavia anche su questa rete non manca qualche segnale preoccupante, come la nuova veste di *Moby Dick* più povera e con le repliche di voci già sentite nel corso della settimana. Per quanto riguarda il mio ambito di studio e accademico, le tematiche socio-filosofiche trovano spazio di competente approfondimento e discussione in *Geronimo* filosofia, con Michela Daghini, riferimento radiofonico per la filosofia da una decina di anni a Rete Due e nei mesi scorsi anche a Rete Uno con la felice esperienza *Le tre case* programma innovativo, colto ed elogiatissimo che offriva contenuti culturali e informativi rivolgendosi a tutti, sostenuto da ottimi riscontri e improvvisamente scomparso. L'interruzione del programma è apparsa a molti incomprensibile: uno spreco in termini di valore culturale e non solo.

Questo allarme vale anche per la televisione. Da tempo mancano nuovi programmi di qualità. Trasmissioni come *Turné Soirée* - che strumentalizzano la cultura per fare un intrattenimento di livello scadente - dovrebbero essere percepite come un segnale di pericoloso scadimento del palinsesto televisivo. Vanno elogiate invece consolidate trasmissioni di



## Appendice

elevato livello giornalistico come *Falò*, e i bellissimi documentari offerti su RSI LA2 e da *Sguardi sul mondo*, in particolare su personaggi, arte e cultura, e le serate speciali come quella presentata da Francesca Mandelli e dedicata all'Afghanistan con i racconti dei testimoni della guerra. Ottima anche la proposta di alcuni film che si discostano dai blockbuster, e assenti sulle reti italiane.

*A quali temi e a quali contenuti specifici il Servizio pubblico dovrebbe secondo lei dedicare maggiore spazio e attenzione?*

Il Servizio pubblico dovrebbe dedicare attenzione all'attualità politica e sociale, alle questioni etiche di interesse collettivo, al dibattito culturale di alto livello, all'ecologia, alle arti, ai grandi eventi (mostre, spettacoli, fiere) internazionali, all'architettura e al paesaggio.

Anche l'evoluzione dei costumi rappresenta un campo di grande interesse, perché spesso coinvolge ambiti sensibili – come quelli del linguaggio, dei comportamenti, delle regole sociali condivise – che generano un dibattito aperto e coinvolgente, degno di rappresentazione pubblica.

Per rispondere al mandato di servizio pubblico la radio dovrebbe offrire più contenuti anche sulla rete "generalista" Rete Uno, che godendo di maggiori ascolti e di un seguito più forte e diffuso in tutto il Paese, riveste un ruolo importante e di maggiore responsabilità. Le tematiche socio-culturali non dovrebbero quindi essere confinate nella Rete Due, già culturale per definizione, con il rischio di rivolgersi sempre alla stessa ristretta élite, ma dovrebbero raggiungere tutti, fornendo strumenti utili a creare quel "pensiero critico" fondamentale per muoversi nella società di oggi. Ruolo dei media è quello di permettere al pubblico di farsi un'opinione personale anche su temi nuovi e non necessariamente "mainstream". La sensazione invece è proprio quella che il pubblico di Rete Uno sia trattato come una audience "di serie b" che non è in grado di capire argomenti di contenuto culturale.

*Quali saranno gli sviluppi maggiormente rilevanti per la cultura e il settore culturale in cui opera e come dovrebbero incidere nell'ambito della programmazione del Servizio pubblico radiotelevisivo?*

In questo periodo storico, segnato da cambiamenti profondi e da crisi ricorrenti, la filosofia sta vivendo un momento di grande interesse, ed è seguita da un vasto pubblico.

Tematiche come la globalizzazione, l'ecologia, le migrazioni, la pandemia, i diritti, la democrazia, pongono domande etiche e politiche di tale rilevanza da ottenere immediata attenzione anche da parte di un pubblico privo di formazione universitaria, ma desideroso di tesi articolate e visioni d'insieme. Questo spontaneo e autentico interesse del pubblico verso la filosofia (ma anche verso la sociologia, l'antropologia e la geo-politica) andrebbe a mio avviso coltivato. Aggiungo che il territorio è ricco di eventi culturali che potrebbero essere valorizzati dai media. Penso alle conferenze pubbliche dell'USI e della SUPSI, che portano in Ticino ospiti di primo piano internazionale e tematiche spesso di grande interesse anche per trasmissioni culturali generaliste.

*Quali dovrebbero essere e gli approcci adeguati da adottare per una mediazione culturale efficace?*

L'intervista è una metodologia efficace e diretta, in cui il conduttore ha il ruolo di modulare il tenore del discorso, i tempi e il livello del linguaggio.

Le trasmissioni, sia radiofoniche che televisive, dovrebbero lasciare il giusto tempo agli ospiti per enunciare le loro tesi. Il contraddittorio può essere stimolante e non va evitato.

Molto importanti sono anche i servizi che portano virtualmente il pubblico sul luogo in cui accadono gli eventi.

*In che misura contenuti culturali possono/debbono essere veicolati utilizzando le modalità proprie dell'intrattenimento?*

L'intrattenimento può produrre cultura, è indubbio. È solo una questione di linguaggio. La scienza può essere comunicata ai più piccoli anche per mezzo di situazioni divertenti, la cultura alta può essere avvicinata al pubblico con leggerezza e ironia, talora anche dissacrante.

La discriminante è sempre la considerazione che si ha del pubblico (anche di quello più giovane) e della sua intelligenza, punto critico appunto, di Rete Uno. Una scarsa considerazione farà credere che intrattenimento e cultura siano incompatibili, con grave danno sia per il pubblico che per i media pubblici.

## Appendice

### CARLO PICCARDI, *Musicologo, già direttore e responsabile culturale di Rete Due*

In generale ritengo che la nostra radiotelevisione riservi alla cultura uno spazio adeguato. Riguardo alle modalità preoccupa tuttavia la tendenza a seguire l'onda che ha preso piede nei media, cioè a comunicarla attraverso il filtro dell'intrattenimento. Un conto è infatti preoccuparsi di renderla accessibile all'utente, mirando alla divulgazione, un altro è invece quello di trasformarla in divertimento (in pratica in un tradimento). In questo senso ritengo l'esperienza di *Turné Soirée* un fallimento. In quanto servizio pubblico la radiotelevisione dovrebbe prendere a modello la scuola, dove la cultura è resa alla portata degli allievi, conformandosi ai rispettivi livelli di comprensione. Per quanto riguarda la radio è apprezzabile la recente scelta di incrementare la presenza di temi culturali nel canale generalista (Rete Uno), riservandole tuttavia sempre uno spazio articolato su Rete Due in cui la qualità dei programmi parlati è più che apprezzabile (per competenza, scelte tematiche, livello della comunicazione). In questo senso la decisione di mantenere Rete Due nel suo profilo, rinunciando al progetto Lyra che l'avrebbe trasformata in una rete essenzialmente musicale, è da salutare come opportuna. Semmai l'obiezione che voglio qui esporre riguarda proprio la linea musicale di Rete Due.

Se all'origine (negli anni 60) la musica su quello che era il "secondo programma" era esclusivamente quella che impropriamente chiamiamo "classica" – che si dovrebbe denominare invece "musica d'arte" e che per comodità qui continuo a indicare come "musica classica" –, nel corso degli anni essa è stata declinata nei vari generi (sinfonica, da camera, operistica, jazz, etnica, popolare, ecc.). In questo senso alla Rete Due la prima svolta fu data dallo scrivente negli anni 90, prima in qualità di capodipartimento musicale e poi di caporete. Fu allora che, in parallelo con l'ampliamento del ventaglio culturale (integrando ai temi artistici, letterari, ecc. quelli economici e sociali), si allargò la prospettiva della musica, ospitando spazi riservati al jazz, alla musica etnica, popolare, ecc. Grazie a questa articolazione si riuscì a portare l'ascolto all'8%. Di tale esperienza positiva oggi purtroppo rimane ben poco, a causa di scelte secondo me sbagliate.

In quel periodo infatti avemmo cura di costruire il nuovo senza tradire il vecchio, mirando all'ampliamento dell'orizzonte senza toccarne la base. Il principio era quello di stabilire un 'tronco' (basato sulla "musica classica"), da cui si estendevano i rami (i generi 'leggeri'), facendo in modo di garantire la centralità del 'tronco'. Ad esempio, sull'arco di un'ora, almeno 40'-45' erano occupati da "musica classica" e solo il resto da altri generi. Con tale dosaggio era possibile mantenere la fedeltà degli ascoltatori di "musica classica" (notoriamente piuttosto esclusivisti), attirando nel contempo la curiosità degli altri. I rilevamenti d'ascolto ci diedero ragione. Oggi di ciò non rimane praticamente nulla. La "musica classica" (cioè quella che si rivolge agli ascoltatori che costituiscono lo zoccolo duro della rete) è confinata in due spazi quotidiani (dalle 09.30 alle 11.30 e dalle 13.00 alle 16.30), riservandole le serate (dopo le 20.00, tranne la domenica). Negli altri spazi dominano gli altri generi, che oltretutto troviamo anche nelle trasmissioni di musica commentata diffuse negli spazi in cui è concentrata la "musica classica". Mi riferisco a *Babilonia* di Sergio Albertoni e Valerio Corzani (DO 13.30), *Anime salve* di Sergio Albertoni (DO 17.00), *Juke-box 900* di Claudio Farinone (DO 20.00), *Clandestini per scelta* di Corrado Antonini (GIO 11.00), senza contare la trasmissione di recensione discografica che spesso contempla i generi marginali (giornaliera alle 16.00) così come avviene anche in *Voi che sapete* (giornaliera alle 14.30).

Musicalmente parlando Rete Due ha quindi notevolmente indebolito la propria identità musicale. È venuto meno il 'tronco', che era la base dell'identificazione dell'ascolto, mentre sono rimasti i 'rami', vaganti in modo dispersivo. Se pensiamo agli ascoltatori che si sintonizzano su Rete Due dall'automobile, andando e tornando dal lavoro, praticamente in quegli orari vengono loro offerte solo musiche 'alternative' alla "musica classica". Se si chiedesse oggi a un ascoltatore di Rete Due di definire la musica che essa offre, riceveremmo fatalmente risposte contrastanti. Ciò ha indebolito l'immagine della rete, rendendola opaca, insufficientemente profilata. A seconda dell'orario in cui si ascolta, dal punto di vista musicale è come se corrispondesse a due (o tre) modelli diversi.

Ma c'è di più. La scelta musicale degli ascoltatori non è dettata solo e tanto alla preferenza di un genere, ma anche dalla tipologia dell'ascolto. Una discriminante non secondaria è rappresentata dalla differenziazione tra l'ascolto diretto della musica captata alla sua sorgente e quello mediato della musica amplificata dalla microfonia. Alla prima appartiene la musica sinfonica, da camera, operistica (in gran parte il jazz) e alla seconda il rock, il pop, la canzone, ecc. È risaputo che la scelta di ascoltare Rete Due, al di là dei gusti culturali, è essenzialmente dettata da tale orientamento, fisiologico prima che culturale. Infatti non necessariamente l'utente ascolta la musica su Rete Due esprimendo preferenza per la "musica classica". Lo fa anche in quanto predisposto a privilegiare una musica che gli giunge all'orecchio in un rapporto diretto con la sorgente del suono, diverso dal rapporto mediato dall'amplificazione elettrica che porta il livello a limiti a volte

## Appendice

assordanti. Lo sottolineavo già in un documento interno del 2000, che trattava del nuovo palinsesto avviato allora: *La musica di Rete Due, nelle sue declinazioni storiche e geografiche, è occasione di conoscenza. I capolavori dei classici e le manifestazioni di varie epoche vi trovano posto in percorsi opportunamente guidati dai nostri animatori. La musica è però anche il luogo di riconoscimento del gusto personale, il risultato di una scelta alternativa all'invasione delle mode commerciali e alla dominante aggressività delle sonorità elettriche. Nella vasta area che dalla musica colta va al jazz, alle manifestazioni etniche e alle esperienze creative contemporanee, si delinea un ventaglio di proposte riconducibile al denominatore delle "sonorità acustiche", a un sentire ragionato, orientato a un ascolto in prospettiva e stimolato ad apprezzare la differenziazione dei vari generi.*

È chiaro che nell'evoluzione degli ultimi decenni l'abitudine all'ascolto amplificato ha preso piede fra i giovani, al punto che una distinzione di orientamento dell'ascolto potrebbe essere tracciabile in base all'età degli ascoltatori. I più anziani rimangono fedeli alla trasmissione 'acustica' della musica, mentre i giovani si identificano nella sua trasmissione 'elettrica' (amplificata elettricamente). Una ragione per mantenere la "musica classica" (a fungere da tronco) come continuità sonora di Rete Due è quindi anche quella di corrispondere alle aspettative (culturali ma anche fisiologiche) di quella parte del pubblico (più avanti con l'età) che costituisce pur sempre il suo zoccolo duro (e che non trova soddisfazione nel modo in cui la musica è trasmessa nelle altre reti).

### LUCA MENGONI, *Pittore e scultore*

Rispondo volentieri all'invito rivoltomi anche se sono un osservatore molto parziale e proprio per questo probabilmente inadatto. Sono un fruitore di media molto selettivo: non guardo la televisione da quindici anni, da quando è nato il mio primo figlio. Certo che fosse dannosa al suo sviluppo e alla sua salute ho eliminato il televisore e chiuso ogni canale attraverso il quale questo media potesse raggiungerci. Oggi sono convinto come allora che sia stata una buona scelta, per lui, per sua sorella più piccola e per me.

Non so nulla quindi di quanto accade in questo ambito, ma forse anche questo significa in fondo qualcosa. Le uniche esperienze negli ultimi anni sono rappresentate dalla visione di servizi specifici, che riguardavano temi o occasioni che mi interessavano in particolare. Ho recuperato servizi su esposizioni, pubblicazioni o manifestazioni culturali, per esempio nella trasmissione *Il Quotidiano* o *Turné*. Quasi senza eccezione il tentativo di fuggire da un prodotto serio e noioso ha prodotto una mancanza di serietà che probabilmente è indissolubilmente legata dal medium che la esprime.

Ascolto la radio, ma ascolto quasi esclusivamente Rete Due, con qualche eccezione per Rete Tre dove trovo molto belle le trasmissioni di DJ Monnezza: *La Rocckoteca* e *Radiomonnezza*. Per il resto di Rete Tre non sopporto la comicità (volontaria e involontaria), che non mi fa ridere (sarà, immagino, diretta ad altre fasce d'età) e quindi torno a Rete Due.

Rete Uno purtroppo non riesco ad ascoltarla, nelle fasce orarie in cui potrei ascoltarla, quando non sono al lavoro, quando mi capita di sintonizzarmi sulle sue frequenze mi infastidisce la permanenza imperativa sulla superficie delle cose. Fa eccezione la trasmissione *Modem*, ma per il resto, la superficialità è la cifra di questa rete. Forse, ma è probabilmente una mia impressione, per una volontà mal interpretata di essere popolari. Della cultura popolare però non è espressa la genuinità, che è sostituita dalla volontà di piacere a tutti diventando generici, e quindi torno a Rete Due.

Rete Due, non è senza difetti, ma, come mi è già capitato nel recente passato, difendo la promozione culturale prodotta da questa rete. Ho l'impressione che sia l'unico spazio nel nostro servizio pubblico dove persone preparate in un ambito culturale specifico riescono a proporre trasmissioni ricche, interessanti e utili. Utile è anche la possibilità di andare a ritrovare sulla rete le trasmissioni che ci siamo persi o che vogliamo riascoltare in una rinnovata occasione di approfondimento. Questo non sostituisce l'ascolto in diretta perché non ci espone a contenuti che non abbiamo cercato volontariamente, e azzerà il potenziale di scoperta che la radio ci offre. Me ne accorgo recuperando sul sito di Radio Tre della Rai trasmissioni come *Fahrenheit* o *Hollywood Party*, non ascoltare la diretta, mi dirige direttamente su quello che conosco già e mi sottrae alle scoperte possibili.

Credo che il servizio pubblico, in ambito culturale, debba affrontare tre compiti. Il primo è informare il pubblico sull'attualità culturale; rendere conto di ciò che accade sul nostro territorio e altrove. Il secondo consiste nel proporre degli approfondimenti su temi specifici, che possono o indagare ciò che è portato dalla attualità oppure affrontare temi che l'attualità non propone o trascura. Il terzo è la produzione di cultura; direttamente oppure indirettamente con il sostegno a attori culturali indipendenti.

## Appendice

Questo nel tentativo di descrivere la realtà e di sostenere il senso dell'atto culturale, che deve, a parer mio, in ogni modo contrastare il sentire comune e la memoria collettiva, che sono sempre pigri e accomodanti. Questo a prescindere da qualsiasi sviluppo, tecnico o tecnologico, in campo culturale, con qualsiasi mezzo passato, presente e futuro.

Questo triplo compito, a me pare mal conciliarsi con l'intrattenimento, soprattutto nel secondo dei compiti descritti: l'approfondimento, che con l'intrattenimento ha una relazione di antinomia, di conflitto.

Una mediazione culturale efficace è fondata sull'approfondimento, la mediazione e l'informazione culturale servono proprio ad abbandonare la superficie. Questo evidentemente si scontra con l'ipotesi di piacere a tutti di cui ho già detto o con l'ipotesi di intrattenere un pubblico. L'approfondimento non è leggero, non è divertente, non è sexy, non seduce, non serve alla "giocondità della vita inutile", purtroppo. Me ne rendo conto anche nella mia attività di insegnante.

Credo che l'esempio del contrario possiamo trovarlo nella comunicazione dello sport. In questo ambito non è immaginabile alcun approfondimento; in fondo sarebbe sufficiente rendere conto dei risultati sportivi. Invece c'è da comunicare, e parecchio! Basta osservare lo spazio offerto in televisione, alla radio, sul web e sui giornali allo sport e quanto questa comunicazione sia popolare tra il pubblico. Si tratta di una comunicazione senza oggetto, quindi, proprio per questo leggera, piacevole e utile a occuparci senza peso, senza preoccuparci, utile all'intrattenimento, appunto. Anche un concerto, un film, una pièce teatrale, una mostra d'arte sono sicuramente attrattivi, seducenti, coinvolgenti, appassionanti, al pari certamente di una partita di calcio, perlomeno. Ma la loro comunicazione, il tentativo di renderne conto, non può esserlo altrettanto, necessita dell'approfondimento.

Per concludere quello che credo sia legittimo attendersi dal servizio pubblico in ambito culturale è la capacità di proporre informazione, riflessione critica e produzioni originali. Attraverso attori preparati, che abbiano a disposizione i mezzi e il tempo necessari per raggiungere l'interesse di un pubblico attento ed esigente, desideroso di scoprire e di approfondire.

### **JOEL FIORONI, *Operatore culturale e docente di comunicazione audiovisiva (CISA)***

Sono Joel Fioroni, 30 anni, nato e cresciuto a Lugano. Dopo aver concluso la formazione professionale come disegnatore edile la passione per i media, il cinema e l'audiovisivo ha prevalso e mi sono diplomato alla scuola di cinema CISA come montatore cine-televisivo. Dall'età di 17 anni ho passato molto tempo all'interno delle cabine di proiezione dei cinema ticinesi. Dal 2017 gestisco la sala LUX art house di Massagno sotto il "cappello" della società da me costituita nel 2016, la JFC sagl, che si occupa anche di produzioni cinematografiche indipendenti. Ho insegnato per cinque anni comunicazione audiovisiva per due istituti scolastici del Cantone Ticino e lavorato sei anni come assistente alla didattica per il CISA.

Il mio rapporto professionale con la RSI si suddivide principalmente in due grandi ambiti. Il primo riguarda la produzione di opere audiovisive (cortometraggi, documentari e film) dove la RSI è da ormai diversi anni nostro co-produttore nell'ambito del "Pacte de l'audiovisuel". Il secondo ambito riguarda invece la sala cinematografica del LUX, dove sempre più spesso ospitiamo eventi firmati RSI in occasione di anteprime, show, case musicali e altre tipologie di eventi culturali aperti al pubblico. Resta poi chiaramente l'aspetto individuale come fruitore dei contenuti televisivi, radiofonici e multimediali, dove l'interesse, la curiosità e la vicinanza all'offerta proposta dalla "nostra" radiotelevisione resta molto forte. Per semplicità di lettura risponderò alle domande poste con un'unica grande riflessione generale legata alla mia esperienza professionale e alle mie aspettative personali, cercando di concentrarmi in modo particolare (rispetto al soggetto della mediazione culturale) sull'aspetto legato alle differenti fasce d'età. Aspetto che, in questo preciso momento storico, ritengo più delicato, fragile e da affrontare con urgenza.

Grazie al percorso di formazione svolto durante i tre anni al CISA, l'avvicinamento alla "grande" macchina di produzione audiovisiva SSR SRG RSI è avvenuto in maniera automatico e spontaneo. Questo in quanto alcuni lavori di diploma della scuola di cinema vengono co-prodotti dalla RSI nell'ambito del famoso "Pacte". Non sempre il risultato finale risulta valido e all'altezza di essere diffuso sui canali televisivi, in Festival cinematografici o altro, ma questo legame che viene a crearsi proprio durante l'ultimo anno di formazione ha innumerevoli sviluppi positivi. Primo tra tutti quello di inserire lo studente, ancora alle prime armi, in un contesto professionale importante con produttori esterni esigenti e con un budget economico da dover gestire. Spostandoci però dal lato della RSI i vantaggi sono, a mio avviso, ancora maggiori e ben si sposano con il tema della mediazione culturale. Con un piccolo investimento produttivo (solitamente nell'ordine di massimo 10'000. - CHF a progetto) la RSI permette a giovani emergenti nel settore di esprimersi in un contesto di totale libertà e "di protezione"

## Appendice

che solo l'ambito scolastico può dare. Gli studenti CISA, almeno negli anni in cui ero presente, arrivavano da contesti molto diversi tra loro e con un'urgenza di raccontare aspetti e realtà differenti. Alla base della propria formazione e all'inizio di quella che può essere una lunga carriera, la RSI offre concretamente modo a questi ragazzi di confrontarsi con una realtà più grande e, nei casi migliori ma non rari, di poter iniziare dopo la scuola una collaborazione professionale. Oggi posso dire che molte mie conoscenze ed ex studenti hanno trovato il loro spazio in RSI e provengono da contesti di vita e da realtà culturali molto diversi. Questo forse non sarebbe stato possibile se la stessa RSI non li avesse scoperti in un contesto scolastico. Mi immagino infatti che per mille difficoltà rispetto alle candidature spontanee e ai concorsi di assunzione tradizionali che la RSI deve rispettare, molti giovani talenti avrebbero fatto più fatica ad accedere agli studi di Comano. L'ambito della formazione esterna e interna resta centrale per il futuro e ho osservato con interesse il progetto "accademia RSI", che ha lo scopo di completare tutta una parte di formazione tecnica specifica non presente in alcuni promettenti candidati. Credo quindi che la RSI debba continuare questa sua vicinanza verso i giovani attivi nell'ambito e dare loro modo e misura di esprimersi dal punto di vista tecnico e soprattutto dal punto di vista dei contenuti.

Sono passati relativamente pochi anni da quando ho terminato i miei studi ma il mondo "audiovisivo" è già cambiato molto. La realtà dei cortometraggi, ad esempio, suscita ormai sempre meno interesse. Restano ancora fondamentali come banco di prova per chi è alle prime armi ma non trovano più una loro collocazione se non all'interno di alcuni Festival. La nuova frontiera è quella delle serie televisive e noto che la RSI sta investendo molto in progetti seriali con produzioni originali. Credo che oggi sia difficilissimo capire cosa cerca davvero il pubblico per poterlo accontentare nei contenuti, nella programmazione e nelle modalità di fruizione. Il Ticino stesso è cambiato tantissimo e la differenza tra generazioni sta creando un divario sempre maggiore. Una parte più anziana cerca ancora nei contenuti RSI quelle certezze che da sempre li accompagnano, mentre i più giovani (ad esempio gli studenti che ho seguito insegnando per il Cantone e che nulla centrano con l'ambito dell'audiovisivo) vedono la TV come un elemento di arredo utilizzato solo dai genitori o come schermo per i videogiochi. Apparentemente nessuno di loro conosce minimamente l'offerta RSI e non seguono nessuna trasmissione in senso classico. Non leggono nemmeno i siti internet di notizie né tantomeno i giornali. Poi però, approfondendo meglio il discorso con loro rispetto a più argomenti, si nota che sono comunque sempre aggiornati. Come? Uno strumento molto forte nato già da diversi anni fa e che ha subito affascinato anche me è ad esempio RSI #SPAM, nato sui social. Sono in 13mila a seguire la pagina su Instagram e quasi 10mila su TikTok, molti dei quali minorenni e rappresentanti di un "nuovo" Ticino giovane, multietnico e multiculturale. Spam riesce con totale freschezza e originalità a comunicare direttamente con i ragazzi affrontando ogni tipologia di tematica (cultura, società, politica, informazione, gossip, sport, tecnologia, ...). Spam gestisce in un unico spazio social tutto ciò per cui, in un'epoca un po' datata di una televisione troppo strutturata e compartimentata, ci vorrebbero 16 trasmissioni diverse. Pillole brevi e dinamiche che passano messaggi puntuali anche complessi. Sono molto attento a come Spam riesce ad affrontare e a "parlare" con i suoi giovani follower di determinati argomenti, dove un esempio può essere la recentissima votazione sul matrimonio per tutti. Discussioni "da grandi" che vedono come protagonista quella giovanissima fetta di popolazione che, verrebbe da dire, spesso e volentieri nessuno ascolta davvero. Molti di quei ragazzi, magari già con diritto di voto, sono particolarmente ricettivi e trovano finalmente uno spazio dove potersi informare e dover potersi confrontare. So che Spam ha dovuto affrontare molti ostacoli iniziali per poter nascere e ancora oggi, internamente rispetto alla pianificazione e al budget RSI, fatica a vedere riconosciuto il suo valore. Abbiamo quindi su LA1 quello che può essere un dibattito politico classico, con esponenti di partiti e associazioni, discussioni sul pro e sul contro, approfondimenti video realizzati da videomaker professionisti che portano il pubblico a casa, prevalentemente adulto, a guardare e ascoltare in maniera piuttosto passiva. Dall'altra parte troviamo invece un mondo completamente diverso, fatto di commenti, like e partecipazione attiva. Banalmente anche la possibilità di rispondere "sì o no" su una storia Instagram è una forma di confronto. Due modalità opposte di comunicare che, come domanda aperta, mi portano a pensare se non esiste un modo per avvicinare queste due realtà con una modalità d'informazione, di intrattenimento e di diffusione culturale ibrida. Magari una trasmissione non legata ad un argomento specifico (sport, telegiornale, reportage, ...) ma aperta a più argomenti. Qualcosa che parli di attualità in senso lato e con modalità fruibili da tutti in più momenti della giornata (radio, tv, social, web, ...). Un esempio che reputo vincente è la trasmissione Rai *Che tempo che fa*, dove si passa dall'ospite politico al cantante di successo e dal medico specialista all'influencer del momento. Anche in questo caso sono il primo a non seguire sempre completamente l'intera trasmissione. Capita magari che sono a casa la domenica sera e che metto sulla Rai mentre faccio altre faccende o che vengo comunque bombardato, via web e via social, di contenuti legati a quella puntata. Ognuno, quindi, può "prendere" contenuti diversi in momenti e modalità



## Appendice

diverse. Chi vuole potrà seguire per intero la trasmissione in tv e altri lo faranno in pillole in base ai propri interessi. In effetti capitava spesso di parlarne a scuola con i ragazzi e di realizzare che, ad esempio, molti di loro avevano visto l'intervista di Fedez con Fabio Fazio. In fondo avevamo visto la stessa trasmissione, ma in tempi e modalità diverse. Credo sia davvero il momento di affrontare con decisione i cambiamenti nel modo di diffondere i contenuti, ritenendo che sia proprio la contaminazione dei generi e delle modalità di fruizione a rendere efficace una mediazione culturale. Ci sono temi che uniscono più di altri le persone e le culture come, ad esempio, lo sport che spesso, televisivamente parlando, è vincolato a programmi "a scatola chiusa". Per restare sempre sull'esempio "Che tempo che fa", di recente ho scoperto la bellissima storia di Beatrice Vio che attraverso la sua esperienza sportiva di successo parlava di vita, di possibilità, di determinazione, di disabilità, di vaccini e di politica. Un intervento potentissimo per giovani e adulti, per sportivi e non. Sempre parlando di concorrenza anche Teleticino, in questi ultimi anni, ha giocato molto su questo aspetto riuscendo a unire in maniera interessante radio e televisione. Grazie ai punti forti di Radio 3iii e ai suoi speaker più amati si è riusciti a trascinare molto pubblico sul canale televisivo e sui social, con contenuti collegati e fruibili in più modalità. Pensando ora ai punti di forza della RSI, con tre canali radio, due reti televisive e la potenza online, credo sia fattibile immaginare un ibrido efficace che possa coinvolgere più tipologie di pubblico. Tutto può iniziare, a mio avviso, abbandonando un po' gli schemi rigidi e classici di un palinsesto troppo impostato. Mi immagino e vedo nel prossimo futuro una RSI più contaminata e decisamente flessibile. In questi ultimi mesi attraverso dei contenuti da noi prodotti, uno dei quali co-prodotto dalla RSI, mi sono dovuto confrontare con delle vere difficoltà legate alla programmazione del palinsesto. Mi è stato detto con onestà che il nostro prodotto era molto valido e interessante, ma risultava difficile da inserire a causa della sua durata e complicato da collocare in quanto non doppiato in italiano (solo sottotitolato). Si è comunque riusciti a trovare una soluzione, sicuramente non la migliore per il prodotto e nemmeno la più efficace per il pubblico. Trovo peccato che dei meccanismi ancorati a concetti passati e superati creino queste difficoltà nel poter disporre più liberamente dei contenuti. Concludo questa mia riflessione osservando che tutti i pezzi del puzzle per poter trovare una strategia di comunicazione multimediale esistono già. Unirli non è facile ma è sicuramente possibile, partendo proprio dagli elementi di maggior successo quali ad esempio le trasmissioni più apprezzate, i presentatori più amati, i contenuti social più cliccati, ecc. Il Ticino oggi è soprattutto diviso dal punto di vista generazionale. Se la RSI riuscisse a unirli maggiormente attraverso i suoi validi contenuti sarebbe davvero, a parer mio, un incredibile esempio di mediazione culturale riuscita.

### **JENNIFER DUYNE BARENSTEIN, Antropologa, Senior Researcher Executive Director MAS ETH in Housing**

*Quali sono le sue aspettative, sia personali, sia per quanto riguarda il suo settore di attività e di competenza, nei confronti della mediazione culturale attuata dai media di Servizio pubblico?*

Per capire le mie aspettative dai media ed in particolar modo dalla radio occorre innanzitutto che mi presenti: sono antropologa, ho vissuto molti anni all'estero, seguiti da una quindicina di anni in Ticino. Cinque anni fa mi sono trasferita a Zurigo dove insegno alla facoltà di architettura del Politecnico e dove dirigo un programma di master interdisciplinare in 'Housing'. Vivo sola e lavoro a tempo pieno. Siccome mi capitano giorni in cui non trovo neppure il tempo per leggere il giornale, la radio rappresenta per me una fonte di informazione e di stimoli culturali fondamentale, nonché una piacevole compagnia nei momenti dedicati a varie faccende domestiche. Devo confessare che ormai da anni – soprattutto, ma non solo da quando mi sono trasferita a Zurigo – ascolto praticamente solo SRF Kultur il cui livello culturale a mio parere è decisamente superiore a quello di Rete Due. SRF Kultur risponde alle mie esigenze con una serie di programmi di approfondimento su temi di attualità permettendomi di essere informata in modo differenziato anche nei periodi in cui sono oberata dal lavoro.

*A quali temi e a quali contenuti specifici il Servizio pubblico dovrebbe secondo lei dedicare maggiore spazio e attenzione?*

In una società sempre più multiculturale, il Servizio pubblico a mio avviso ha una grossa responsabilità nella mediazione inter-culturale, nella promozione della tolleranza e della coesione sociale. Questo deve essere fatto in maniera differenziata, al fine di raggiungere e di coinvolgere il più alto numero di persone possibile. Per esempio, in periodi in cui certi paesi e popolazioni appaiono nei media unicamente in relazione a notizie negative e stigmatizzanti (e.g. conflitti armati, catastrofi naturali, criminalità organizzata, flussi migratori) i media dovrebbe svolgere un ruolo importante nella

## Appendice

facilitazione della comprensione empatica delle popolazioni coinvolte, arricchendo notizie d'attualità con informazioni di base sulla loro cultura, storia, letteratura, musica, etc. Questo perché riducendo l'identità di un popolo a fatti di cronaca si corre il rischio di alimentare stereotipi stigmatizzanti e denigranti. In altre parole, ritengo che i media abbiano una grossa responsabilità nell'accompagnare le informazioni quotidiane con programmi di approfondimento. Questo viene fatto per esempio in modo intelligente e differenziato dal programma quotidiano SRF *Echo der Zeit* e dalla trasmissione settimanale *International* di cui mi perdo raramente una puntata.

Sempre di più penso che i media abbiano un ruolo importante nel basare i propri programmi su un attento monitoraggio delle false informazioni ("fake news") e delle tensioni sociali che ne derivano. Attualmente la nostra società è particolarmente divisa su tematiche relazionate alle misure di protezione legate al Covid-19 e alle paure legate al vaccino. La manipolazione dell'opinione pubblica a fini politici e le false informazioni giocano un ruolo anche troppo evidente in questo ambito. Alcuni giorni fa ho sentito su SRF Kultur una trasmissione che analizzava le paure nei confronti dei vaccini in una chiave storica, sottolineando che la scoperta e diffusione di nuovi vaccini, e sempre stata accolta da una parte della popolazione con grande diffidenza e paure. Mi è sembrata una trasmissione molto interessante in quanto il suo contenuto potenzialmente contribuiva non solo ad attenuare le paure degli scettici al vaccino, ma anche ad aumentare la comprensione nei confronti degli scettici da parte dei favorevoli.

Per tornare al tema della multiculturalità che caratterizza la nostra attuale società penso che sia il ruolo dei media di garantire che questa venga percepita e vissuta come un arricchimento e non come una minaccia. Programmi radiofonici culturali dovrebbero a mio avviso dedicare uno spazio importante alla cultura (storia, letteratura, cinema, arte, religione) delle varie comunità presenti sul nostro territorio coinvolgendo attivamente intellettuali delle varie popolazioni presenti sul nostro territorio.

Come accennato, professionalmente mi occupo di tematiche legate all'abitare e all'urbanità. Il rapporto individuale e collettivo con lo spazio abitativo e urbano riguarda tutti; le relazioni sociali avvengono in spazi che non sono neutrali. Penso che i media abbiano un ruolo importante nello stimolare una riflessione critica su temi legati alla qualità urbana intesa come spazio sociale a multiculturalità. Riflessioni filosofiche e sociologiche sul "diritto alla città" (Henri Lefebvre) avrebbero potuto fornire una chiave di lettura interessante ai fatti legati al ex-macello di Lugano.

*Quali dovrebbero essere e gli approcci adeguati da adottare per una mediazione culturale efficace? In che misura contenuti culturali possono/debbono essere veicolati utilizzando le modalità proprie dell'intrattenimento?*

Viviamo in una società culturalmente sempre più eterogenea, una realtà che evidentemente costituisce una grossa sfida alla mediazione culturale. Per quanto riguarda la Radio, non occorre farsi troppe illusioni sulle possibilità di raggiungere con gli stessi programmi una fascia della popolazione molto estesa. Volendo accontentare tutti si rischia infatti di non accontentare nessuno. Occorre quindi offrire dei programmi culturali diversificati, basati su una dettagliata analisi socio-culturale e demografica degli utenti. Occorrono programmi differenziati per bambini, giovani, anziani e per donne e uomini con interessi specifici. Per esempio, esiste una fascia della popolazione molto interessata alla letteratura moderna che apprezza essere informata in maniera approfondita su nuove pubblicazioni sulla base di analisi, letture e colloqui con scrittori e scrittrici. Anche in questo caso vorrei prendere come esempio la trasmissione *52 Beste Bücher* di SRF Kultur, che si rivolge esplicitamente a un pubblico colto e appassionato di letteratura. Si tratta di un programma che richiede una certa concentrazione e che i Podcast permettono di ascoltare o riascoltare in momenti opportuni. Occorre tener conto anche delle molte persone interessate a temi legati alle religioni del mondo, temi che potrebbero essere approfonditi con un approccio storico-antropologico. Personalmente, pur essendo atea devo ammettere che domenica mattina spesso ascolto con piacere delle trasmissioni dedicate a temi religiosi e ritengo che testi religiosi e colloqui con studiosi di religioni varie possano essere estremamente interessanti. La radio può svolgere inoltre un ruolo importante anche nella mediazione della filosofia che può essere resa interessante e accessibile ad un ampio numero di utenti senza correre il rischio della banalizzazione. Anche in questo caso vorrei prendere come esempio la trasmissione SRF *Sternstunde* che in maniera estremamente piacevole e accessibile affronta temi filosofici di grande importanza sociale.

Insomma, se da una parte la mediazione culturale ha un compito educativo per tutte le fasce socio demografiche è molto importante tenere conto delle esigenze specifiche dei vari gruppi che costituiscono la nostra società. Non è possibile raggiungere un alto numero di utenti con gli stessi programmi culturali neppure con un livellamento verso il basso. Occorre un'offerta differenziata, basata su un'analisi delle esigenze specifiche delle varie categorie di utenti! A questo fine

---

## **Appendice**

nello sviluppo di politiche e strategie di comunicazione, come pure nella programmazione radiofonica occorre adottare un approccio interdisciplinare!