

Jazz, pop, folk

L'indispensabile presenza della radio

di Luca Cerchiari *

Nel centenario della radio, 1920-2020, chi si è ricordato di celebrarla? Certo, altri mezzi nel frattempo hanno affiancato e superato l'“etere” in termini di popolarità e impatto sociale, dal cinema alla tv a internet, ma la radio resta ancor oggi fondamentale per le sue potenzialità immaginifiche e informative, formative e di intrattenimento. È tra l'altro un veicolo perfetto per proporre la musica, i generi musicali tutti, un tempo “due” (classica/leggera), ora cento volte più numerosi, diversi ma anche intrecciati. La radio è però ciclicamente sobillata da un tormentone, quello della sua cancellazione o ridimensionamento nei termini dell'offerta culturale, “coerente” alla categoria privata dell'audience, non a quella del servizio pubblico. Le soluzioni paiono da sempre affidate alla superficiale idea del “restyling”: ridisegnare la grafica, mutare l'arredo degli studi, spostarli di sede, distribuire la programma-

zione tra una rete e l'altra. Quasi nessuno però si interroga sui contenuti, su come migliorare la radio e raccorderla alla sua utenza e cultura sociale. L'attuale dibattito conseguente alla folle idea di fare di Rete 2 una sorta di filodiffusione, 90% musica e solo 10% parlato, e di ridimensionarla in senso generale, lo conferma. Per fortuna l'utenza è più avanzata dell'emittenza, come indica l'ampia levata di scudi contro una soluzione, questa, del tutto priva di senso. Certo, Rete 2 va migliorata. Come però anche il livello culturale di una qualunque società: abbassarlo alimenta l'ignoranza e il consumismo passivo. Ma se il problema (in realtà non il solo) sono le risorse, perché non introdurvi – come in tutta Europa, e come sulle riviste culturali – la pubblicità, non necessariamente portatrice di un deterioramento dei programmi? È un palese controsenso.

*Università di Milano-IULM