



OROLOGIO DELL'ARIA, SPETTACOLO ELETTRICO: COSIDERAZIONI SULL'AVVENTO DELLA RADIO di Peppino Ortoleva

[da *Cent'anni di radio*, a cura di G. Paoloni, F. Monteleone, M. G. Ianniello; Marsilio, Venezia, 1995]

1. La nascita e il nome

Si prova un certo imbarazzo, verso il chiudersi di quest'anno centenario, a tornare sul tema delle origini della radio: dopo tante celebrazioni, viene da chiedersi, ci sarà ancora qualcosa da dire? Eppure, a pensarci bene, il tema offre spunti di riflessione che vanno ben al di là del rituale, e può servirci a interrogare l'attualità e i dilemmi dell'oggi assai più di quanto generalmente si creda: un'occasione che nel clima delle celebrazioni forse non è stata colta del tutto.

Come ci ha fatto notare la storica americana Carolyn Marvin in un utile volume tradotto anche in italiano, il centenario della nascita di due grandi media, la radio e il cinema, cade proprio mentre viviamo una nuova e magmatica fase di cambiamento. Proprio in questa fase, ripensare le origini di alcuni dei media che hanno fatto il nostro secolo può darci qualche lezione anche metodologica non irrilevante. Prima di tutto, quando nasce, esattamente, un medium, una forma di comunicazione nuova? La risposta "classica", tuttora prevalente, è: quando viene messa a punto la tecnologia su cui quella forma di comunicazione è basata. E' in base a questo ragionamento, in fondo, che si è fatto del 1895, anno dell'esperimento decisivo di Marconi, l'anno di nascita della radio. C'è però una seconda possibilità, che trova i suoi sostenitori soprattutto negli storici della società e della cultura: secondo molti di loro, il medium non può essere ridotto alla sua pura base tecnica, ma esiste veramente solo grazie all'incontro della tecnologia con *gli usi sociali* ("La logica dell'uso" è il titolo di un libro del francese Jacques Perriault dedicato appunto a sviluppare questo punto di vista). Secondo questa tesi, quindi, la nascita di un medium è un *processo* socioculturale che dura spesso anni se non decenni, e che trova nella tecnologia solo un presupposto, essenziale ma insufficiente.

Un'eco di questa controversia si sente nelle celebrazioni del centenario del cinema: alla tesi diffusa in particolare negli USA secondo cui l'anno da celebrare sarebbe stato il 1893, data delle prime fotografie in movimento realizzate da Edison ma destinate alla fruizione individuale, ha risposto un ampio schieramento internazionale che identifica la data di nascita del cinema nel 28 dicembre 1895, data della *prima proiezione pubblica*. Non l'introduzione di un apparecchio, ma l'inaugurazione di un nuovo *fatto sociale*, di un nuovo modello di spettacolo, di una possibilità d'uso dell'apparecchio stesso.

La polemica non è oziosa: da una parte, infatti, abbiamo una tradizione di pensiero radicata nell'occidente industriale, secondo la quale l'innovazione tecnologica è un fenomeno autonomo rispetto alla generale vita sociale ("esogeno", dicono gli economisti), e dev'essere studiata in sé; dall'altra parte abbiamo un senso comune oggi sempre più largamente diffuso, secondo cui la tecnologia è parte della vita *sociale* e dovrebbe anzi essere vista come conseguenza di processi più vasti.

C'è però, in entrambe le tesi, qualcosa di insoddisfacente. La prima dà una versione idealizzata dei processi



di elaborazione della tecnologia: li tratta come se si trattasse di sviluppi puri e disinteressati della conoscenza umana che sorgono nei laboratori al di fuori di qualsiasi condizionamento socioculturale, quasi che le nuove invenzioni potessero prodursi separatamente dalle finalità pratiche che invece, lo sappiamo bene, sono alla base di tutte le progettazioni e di tutti i finanziamenti in materia. La seconda posizione, d'altra parte, finisce con il negare una semplice e irrefutabile verità di esperienza: l'introduzione di un nuovo medium nella società non è generalmente un processo né lineare, né graduale, e neppure così indolore. Con la radio, con il cinema, poi con la televisione e con il computer, la società occidentale si è trovata di fronte, di volta in volta, a oggetti nuovi ed estranei, affascinanti e un po' temibili, la cui penetrazione nel tessuto delle abitudini sociali ha dato luogo anche a vere e proprie crisi di rigetto, e comunque ha prodotto divisioni, conflitti, negoziati.

L'avvento di un nuovo medium, in sostanza, è un fatto storico complesso, che non può essere ridotto alla pura innovazione tecnica, ma neppure dissolto nella gradualità di un progressivo e lineare accoglimento sociale .

C'è un'altra lettura possibile di questo fenomeno? Ricorreremo a una semplice metafora. L'individuo umano nasce biologicamente al momento del parto, ma vive una seconda nascita sociale quando gli viene conferito un nome, e ha inizio il processo vero e proprio di socializzazione. Il medium, che è un oggetto tecnico fortemente individuato (tanto che tendiamo spesso a pensarlo come una creatura dotata di vita autonoma) e la cui stessa esistenza è fondata sull'esistenza di alcune forme e stili di relazione sociale, attraversa anch'esso una doppia nascita. Se l'invenzione tecnica è il corrispondente della nascita biologica, la vera nascita sociale del medium si verifica quando comincia a essere conosciuto con un proprio nome che lo differenzia da tutti gli altri strumenti analoghi. L'adozione di un nome generalmente accolto non può infatti essere opera solamente dei tecnici, e neppure della spontaneità dei comportamenti diffusi: richiede un complesso gioco di mediazioni, l'intervento anche di imprese commerciali e, generalmente, di intellettuali. E' dopo che il medium è stato riconosciuto come un'entità specifica e bene individuabile nel quadro degli oggetti tecnici e delle forme di comunicazione esistenti, che comincia il processo di socializzazione vero e proprio, l'adattamento reciproco fra le regole comunicative del medium stesso e le abitudini sociali diffuse. Che sia la nascita di un nome socialmente accettato il segnale più significativo dell'avvento di un medium è la fondamentale intuizione che aveva guidato, già nel 1957, la ricerca di Edgar Morin: il fatto decisivo della storia dell'immagine in movimento è il momento in cui il cinematografo divenne cinema, in cui una tecnica di ripresa e proiezione delle "fotografie animate", come si diceva allora, divenne, incontrando il montaggio, una forma di racconto e un divertimento collettivo socialmente riconosciuto. Attenendoci allo stesso criterio possiamo comprendere quanto incompiuto sia il processo che dovrebbe portare tra la fine di questo secolo e l'inizio del prossimo allo sviluppo del nuovo quadro della comunicazione. Il fatto stesso che si faccia così largamente ricorso a un termine generico e vago come "nuove tecnologie", il fatto stesso che sia così difficile definire in termini semplici e generalmente comprensibili le diverse forme di comunicazione che includiamo in questo insieme, è di per sé un'indicazione di quanto ancora sfocato sia il quadro, di quanto ancora incompiuta sia la definizione dei media che domineranno la comunicazione del prossimo secolo: cosa che lascia molto, forse eccessivo, spazio alle profezie e agli slogan.

Lo stesso criterio può essere applicato, se ci pensiamo bene, alla storia della radio: il momento decisivo del suo avvento, la rottura che ne segna l'autentica nascita sociale, non sono rappresentati dai pur



importantissimi esperimenti marconiani, né d'altra parte possono essere spinti fino agli anni Trenta o addirittura al dopoguerra, quando il processo di reciproco adattamento fra la radio e le abitudini sociali diffuse poté dirsi compiuto almeno nei paesi sviluppati. L'origine del medium radiofonico va probabilmente fissata nel momento in cui in Inghilterra la wireless telegraphy divenne semplicemente wireless, in Francia la télégraphie sans fils lasciò il posto alla TSF, con i suoi appassionati sanfilistes, in America, e in Italia, prese il nome così semplice ed evocativo di "radio".

Questo è avvenuto a un quarto di secolo circa dall'invenzione di Marconi, quando (con sorpresa e forse una punta di dispetto dello stesso inventore) il telegrafo, poi telefono, senza fili è diventato broadcasting, diffusione circolare.

2. La rivoluzione radiofonica

La naturale stanchezza per un anno di celebrazioni non deve, infatti, farci dimenticare che l'avvento della radio, come quello del cinema, ha rappresentato qualcosa di più della semplice nascita di una forma di comunicazione, come tante ne avvengono nel corso di un secolo; e questo non è dovuto solo all'importanza sociale che questi media avrebbero assunto col tempo, ma alle radicali novità che portarono con sé.

Con il cinema, ormai lo sappiamo, è accaduto qualcosa di storicamente eccezionale, la nascita in pochi anni di un nuovo linguaggio e di una forma d'arte del tutto inedita: un'epifania così improvvisa e abbagliante che, per tutto il corso del secolo, intellettuali e artisti hanno atteso che il fenomeno si ripetesse, cercando di volta in volta nel fumetto e nel disco, nella stessa radio e nella televisione, nel CD e nella realtà virtuale, una nuova epifania, l'emergere improvviso, come Venere dalle onde, di una forma d'arte altrettanto ricca e complessa di quella nata di colpo fra la fine del Novecento e la prima guerra mondiale, che fu (ricordiamolo) capace di produrre autentici capolavori meno di due decenni dopo l'invenzione delle tecniche di base. Arrivati alla fine del Novecento ci rendiamo conto che il fenomeno non si è più ripetuto, che di cinema, ovvero di arte-linguaggio così autenticamente rivoluzionario, il nostro secolo ne ha prodotto uno solo, e che forse abbiamo impiegato l'intero secolo semplicemente per digerire quella rivoluzione.

Con la radio, contrariamente a quanto pensavano studiosi pur penetrantissimi come Rudolf Arnheim, non è nata una nuova forma d'arte, ma è nato qualcosa di non meno innovativo ma in un campo differente. E' nata una nuova istituzione sociale, un modello sostanzialmente inedito di circolazione dell'informazione, delle idee, della musica e delle parole. La telefonia senza fili è diventata davvero la radio quando ha permesso di raggiungere simultaneamente con uno stesso messaggio ricevitori sparsi in luoghi separati: questa, in sintesi, è la diffusione circolare.

Pensiamoci bene: fino ad allora la comunicazione di massa, la possibilità cioè di raggiungere molte persone diverse con uno stesso messaggio, era fondata comunque sulla riproduzione, sulla copia, il che implicava una distanza temporale e un apparato di tipo industriale. Questo valeva e vale anche per il cinema, che permette è vero di raggiungere contemporaneamente tutte le persone sedute in una stessa sala ma che richiede la produzione di più copie per circolare sul territorio e raggiungere quindi quel pubblico potenzialmente universale cui è destinato. Il broadcasting, invece, consente la diffusione altrettanto capillare senza passare dalla riproduzione, dando vita a un'esperienza radicalmente nuova, quella della simultaneità di massa, e a forme organizzative inedite.

Una seconda novità, di portata almeno paragonabile, è legata ai luoghi della fruizione. Intendiamoci, la radio



non è certamente il primo medium domestico: quando all'inizio del Settecento Joseph Addison prometteva di fare arrivare la sua rivista, lo Spectator, sulle tavole dei lettori "insieme con il te e con il burro" dimostrava di avere intuito che il pubblico moderno va raggiunto là dove vive gran parte del suo tempo libero, cioè appunto nelle abitazioni. La novità della radio sta nella sua capacità di arrivare direttamente nello spazio domestico, senza ulteriori filtri e mediazioni, una novità la cui portata rivoluzionaria è stata messa veramente in luce solo in un libro recente, Oltre il senso del luogo di Joshua Meyrowitz.

La terza novità è culturale: il broadcasting non offre un testo, e neppure una semplice successione di testi, come fa il libro, ma anche il cinema o il giornale; offre una programmazione, che accompagna sistematicamente con messaggi calibrati il ritmo dell'esistenza. Il messaggio radiofonico, a differenza del libro e del film, non ha inizio né fine, è lì e continua indipendentemente dal fatto che decidiamo o meno di "sintonizzarci" (la dilatazione progressiva degli orari che ha accompagnato tutta la sua storia sembra l'adempimento di una promessa implicita fin da quando la "radio" è nata). Anche il giornale, che in sé non ha una fine, viene riposto quando riteniamo di averlo "letto tutto", cioè quando abbiamo letto ciò che abbiamo selezionato come interessante, mentre la radio viene spenta generalmente non perché si sia esaurito il messaggio ma perché si è esaurito il nostro tempo. E' il flusso, una forma di organizzazione del discorso che sembra una via di mezzo fra la tradizione occidentale del testo e quella più antica e transculturale della conversazione.

Queste, e altre, sono le novità implicite nella diffusione circolare, queste sono le caratteristiche che hanno accompagnato l'avvento della radio in quanto radio e che sarebbero poi state trasmesse alla televisione, forse il massimo invero di quell'idea: le prime tecnologie che precorrono la televisione sono di molto precedenti rispetto all'esperimento di Marconi; per imporsi, la televisione ha dovuto però attendere, come ha messo in luce Williams, non solo la tecnologia radiotelefonica ma il modello organizzativo della radio, ha dovuto farsi almeno temporaneamente (potenza dei nomi!) radiovisione per potere poi trasformare l'antico sogno del "vedere a distanza" in un medium vero e proprio.

Un modello di organizzazione dell'informazione discorso così innovativo come la diffusione simultanea circolare non era mai apparso dall'avvento della stampa; né da allora ne sono apparsi altri, salvo che (ipotesi ancora tutta da verificare) la gestione computerizzata dei messaggi, o ipertesto, dia vita a un tertium fra il concetto classico di testo e quello tutto novecentesco di flusso e di broadcasting.

3. Diffusione circolare, un'idea che era nell'aria

Generalmente, si tende a pensare che, per quanto Marconi non ne fosse inizialmente consapevole, il broadcasting fosse in sostanza implicito nella sua invenzione: intrinseco, se non proprio alla tecnologia in quanto tale, a qualcosa di più intimo e impalpabile, l'"essenza" o (per usare un termine più antico e démodé ma dal significato in fondo simile) lo "specifico" del mezzo, o ancora quella che viene spesso chiamata la sua "natura" senza badare all'ossimoro implicito nell'attribuire natura a un'entità artificiale per eccellenza.

La prospettiva adottata in queste pagine porta a tutt'altre conclusioni: il medium non ha un'"essenza" innata, la sua nascita è socialmente determinata, e storicamente collocata. La stretta e biunivoca corrispondenza, che ha dominato il secolo, fra la radio (poi la TV) e la comunicazione diffusiva, fra il telefono e la comunicazione punto a punto, non era inevitabile né inscritta fin dall'origine nella natura delle cose.



Una conferma contingente di quest'affermazione sta nel fatto che oggi si assista a un radicale sconvolgimento di questo quadro, con il cavo che diventa canale essenziale di broadcasting e le onde radio che trasportano migliaia di messaggi personali: cosa che sembra preludere a una fase di intercambiabilità delle due tecniche, anche se (il determinismo tecnologico è duro a morire) un profeta delle nuove tecnologie come Nicholas Negroponte pensa piuttosto a un rovesciamento, con la radio vettore privilegiato dei messaggi punto a punto e il cavo strumento della comunicazione di massa.

Una conferma per certi versi più interessante della stessa affermazione si trova nella storia. La diffusione circolare, infatti, è nata prima della telegrafia senza fili. Possiamo sostenere che la "radio" è nata dall'incontro fra le due.

L'idea di fare del telefono (ancora agli albori come strumento per la comunicazione tra le persone) un vero e proprio mezzo di comunicazione di massa venne sperimentata dapprima a Parigi con il Théatrophone, un servizio lanciato all'Esposizione internazionale di elettricità del 1881, che permetteva agli abbonati (qualche centinaio) di ascoltare al suo apparecchio, in diretta, le opere dai maggiori teatri, le commedie, e i concerti. Nel 1885, ricorda Patrice Flichy, c'era chi prevedeva che, grazie al Théatrophone, si sarebbe avuta "l'opera a tutti i piani dei palazzi", come l'acqua e il gas.

Il principale esperimento di telefonia circolare tentato nel mondo fu quello creato a Budapest nel 1893, il "Telefon Hirmondo", che arrivò a contare oltre 6.000 abbonati al suo servizio quotidiano di notizie (soprattutto) e varietà. Nel 1910 un servizio analogo, l'"Araldo Telefonico" (traduzione letterale del nome ungherese) venne lanciato a Roma, e nel 1914 aveva già superato i 1300 abbonati.

Simultaneità, programmazione di flusso con orari predefiniti, capacità di raggiungere i fruitori nelle loro abitazioni: le caratteristiche che abbiamo individuato come proprie della diffusione circolare erano già tutte presenti. Se fu la radio ad appropriarsene, spodestando ben presto i coraggiosi esperimenti di pleasure phone (secondo il termine introdotto dallo storico inglese Asa Briggs), ciò fu dovuto almeno in parte a motivi economico-organizzativi. La diffusione del telefono circolare doveva attendere i tempi, allora assai lunghi, e affrontare i costi, sempre assai elevati, dell'estensione della rete fisica del telefono, mentre la radio poteva saltarli. Inoltre, le compagnie telefoniche non apparivano particolarmente interessate a questo tipo di servizio, estraneo ai loro modelli organizzativi, mentre gli stati europei uscirono dalla prima guerra mondiale decisi a promuovere la nuova tecnologia radiotelefonica, che si presentava anche come militarmente rilevante.

La radio nacque, in sostanza, quando l'invenzione di Marconi incontro un'idea che era già, è il caso di dirlo, nell'aria, quella della diffusione circolare: il telefono fece inizialmente da mediatore, per poi abbandonare la scena, a questo matrimonio, che non era predestinato, ma che si è rivelato sicuramente, almeno per una fase duratura, riuscito.

4. L'orologio-spettacolo

E' proprio a questo punto che ci troviamo di fronte la domanda più difficile e insidiosa. Se è vero che la diffusione circolare rappresenta una novità così radicale nella storia della cultura, come è riuscita ad imporsi così rapidamente, a penetrare così bene nelle abitudini sociali? Com'è accaduto che "la radio", una volta avviate le trasmissioni, si sia potuta imporre nel luogo per eccellenza della resistenza alle novità, all'interno stesso della vita domestica borghese e poi, ma quasi immediatamente dopo, anche popolare?



Per capirlo, il metodo genealogico generalmente seguito dagli storici dei media (quello, per intenderci, che mette Marconi in relazione con i suoi precursori, la radiofonia con la telefonia, la radiotelegrafia con Morse) ci aiuta ben poco: si tratta ancora di un modello di storia "interna" che presuppone ancora una volta l'idea di un'essenza del mezzo unitaria e definita una volta per tutte. Più utile è cercare altre parentele, altre connessioni, sincroniche più che diacroniche. Così, il recente studio di Monique Sicard sulle origini del cinema ha messo in luce, attraverso l'accostamento dell'invenzione di Lumière con la scoperta coeva dei raggi X da parte di Röntgen, la dinamica profonda, e nascosta, di un mutamento di atteggiamento diffuso nei confronti dell'immagine. Dove cercheremo le analogie e (per riprendere il termine di Lucien Febvre) gli "attrezzi mentali" che hanno permesso a milioni di persone di accogliere nelle proprie case gli apparecchi di diffusione circolare?

Fin dalle origini della radio, e prima ancora, fin dagli esperimenti di telefonia circolare, esiste fra il broadcasting e l'orologio un nesso, quasi una segreta complicità che non deve essere ignorata.

"L'Araldo Telefonico ha una comunicazione diretta tra la sua centrale e il Regio Osservatorio del Collegio Romano, ed è in grado oltre a ciò di comunicare ai suoi abbonati con un segnale speciale il punto di mezzogiorno. Perciò gli orologi nelle case dove c'è un apparecchio dell'Araldo Telefonico funzionano sempre bene". Una brochure pubblicitaria dell'Araldo telefonico, pubblicata nel 1910, ricordava questo servizio prima di ogni altro, prima delle informazioni giornalistiche ed economiche; gli spettacoli veri e propri, il teatro telefonico diretto da Vittorio Podrecca, sarebbero venuti dopo, nel 1914. Nel 1924, agli albori del broadcasting nel nostro paese, il primo sondaggio lanciato dal mensile Radiofonia fra i pionieri dell'ascolto radiofonico avrebbe rivelato un fatto sorprendente: il programma preferito dagli interrogati era il segnale orario.

Altrove ho cercato di analizzare più approfonditamente di quanto potrei farlo qui i probabili motivi di questo fascino per l'ora radiofonica, rito magico della simultaneità, celebrazione della sintonia nazionale. Vale la pena però anche di rovesciare il ragionamento. La diffusione circolare, nella sua veste telefonica prima, radiofonica poi, nacque in un'epoca in cui l'organizzazione del tempo stava subendo cambiamenti profondi. E' del 1884 la convenzione internazionale fissò i cosiddetti "fusi orari", favorendo nei diversi paesi l'adozione di ore nazionali standardizzate e artificiali, rese del resto indispensabili dallo sviluppo delle ferrovie. E' in quegli stessi anni che, secondo il recente studio di Christophe Studeny, l'ora si affermò, al posto del giorno o della mezza giornata, come unità di misura base del tempo. Naturalmente, come ha messo in luce un celebre saggio di E.P. Thompson, il processo che ha portato all'imporsi della puntualità, cioè all'interiorizzazione da parte della maggioranza della popolazione di un sistema standard di misurazione del tempo, non è stato né immediato né lineare. Ma questo processo di lungo periodo ha poi subito un'accelerazione: il trentennio precedente la prima guerra mondiale è stato una fase di svolta, segnato fra l'altro dalla diffusione generalizzata, anche nei ceti popolari urbani, dell'orologio da polso o da taschino. Qual è il nesso fra la nuova organizzazione del tempo e la diffusione circolare? Certo, esiste un aspetto strumentale: la radio, e parallelamente il telefono, hanno dato comunque un importante contributo (che forse qualche economista un po' ossessivo potrebbe anche quantificare) alla puntualità delle nazioni. Ma forse, esiste anche un aspetto meno ovvio: "Prima della radio si guardava il campanile, poi con la radio si regolava l'orologio": è l'osservazione di un anziano testimone da me interrogato all'inizio degli anni Ottanta. Prima il campanile, poi la diffusione circolare: nella nuova organizzazione sociale del tempo il sintonizzarsi era



parente stretto del sincronizzarsi, ed entrambi contribuivano a definire o confermare un'appartenenza.

La radio ha strutturato fin dalle origini il suo intero messaggio sulla base del tempo, congiungendo in questo la sua caratteristica di medium sonoro (e quindi temporale per definizione) con la sua prerogativa di essere simultanea e quindi di imporre in qualche misura il suo tempo ai fruitori. Ma proprio questo in altre epoche (inclusa, forse, quella che attualmente viviamo) sarebbe stato male accolto, vissuto come un'imposizione autoritaria. Nei decenni fra la fine dell'Ottocento e la seconda guerra mondiale, si trattava invece forse di un punto di forza, di un segnale di modernità e di solidità scientifica. Il tempo non era in fondo solo la griglia di fondo del messaggio radiofonico, era una componente essenziale del messaggio stesso, era un elemento di promozione del mezzo nel suo insieme.

D'altra parte, è bene non dimenticare che, in quegli stessi anni, la riorganizzazione del tempo sociale stava toccando anche, e in profondità, lo spettacolo. Ci troviamo, anche in questo caso, di fronte a un processo di lungo periodo che giunge a un punto di svolta: il superamento della rigida divisione tradizionale fra tempo della festa e tempo del lavoro (basata ancora sulla giornata come unità fondamentalmente indivisibile di misura) ha richiesto sicuramente più di un secolo, ma sul finire dell'Ottocento ha subito un'accelerazione con la nascita di una concezione totalmente nuova del "tempo libero", un tempo fondamentalmente individuale, fatto di giornate ma anche, in misura crescente, di ore di non-lavoro o di dopo-lavoro. E' in questo contesto che, prima del cinema, molto prima della radio, gli orari di fruizione degli spettacoli cominciarono a modificarsi già negli ultimi due decenni dell'Ottocento. E' con il varietà e con il vaudeville americano che è nato lo "spettacolo continuato", fatto appunto per adattarsi alle disponibilità temporali del lavoratore in libertà; è in queste forme di spettacolo, accostamento e successione di materiali eterogenei che troviamo il primo modello di uno spettacolo-flusso, concepito non come un insieme coerente dotato di inizio e fine ma come una risorsa attingibile secondo necessità: del resto, il cinema prima della televisione, dove si entrava quando si poteva e si usciva quando si riteneva, a torto o ragione, di averne visto abbastanza, non era anch'esso uno spettacolo-flusso?

Con la diffusione circolare, e soprattutto con la radio, questa modalità di organizzazione raggiungeva il suo compimento e il suo culmine: lo spettacolo, organizzato sui ritmi di un orologio che coincideva con lo standard nazionale, era attingibile in qualsiasi momento del tempo libero, un tempo libero esteso a occupare accanto alle ore destinate allo svago anche quelle destinate per tradizione al riposo. Era un nuovo orologio sociale che scandiva i suoi tempi al ritmo vario (non è questa la radice della parola "varietà"?) di forme eterogenee di intrattenimento, conversazione, informazione; era uno spettacolo fatto di tempo che permetteva, insieme, di adattare l'individuo al sincronismo di un'intera nazione e di fissare liberamente e perfino capricciosamente gli orari della propria fruizione.

5. Le vie del cielo e la rete elettrica

Le considerazioni finora svolte riguardano il broadcasting in generale e possono essere applicate abbastanza indifferentemente alla radio e al telefono circolare, come anche alla televisione. Va detto, però, che la trasmissione "senza fili" colpì la fantasia dei popoli occidentali alle origini della radiodiffusione con una forza che il telefono, nella sua versione personale come in quella circolare, non ha mai conosciuto.

Non potremmo, probabilmente, mai capirlo se non ci riportassimo mentalmente a un'epoca storica insieme lontana e vicinissima: quella in cui la "conquista dello spazio" appariva alla maggioranza della popolazione,



indipendentemente dalle posizioni ideologiche, come una delle mète più alte che l'umanità potesse darsi. Di questa conquista l'invenzione marconiana era, anche al di là della retorica fascista sul "dominatore degli spazi", parte integrante ed essenziale: non solo perché, come troppo spesso si dimentica, la navigazione aerea sarebbe semplicemente impossibile o quanto meno inaccettabilmente rischiosa senza la possibilità di comunicazione con la terra e con gli altri velivoli che solo la radio permette, ma anche perché la radio è stata raffigurata essa stessa (in una delle metafore più fortunate e durature) come una forma di viaggio negli spazi, come un'attività aviatoria accessibile anche a chi non avesse mai preso un aeroplano.

L'accostamento fra la radio e l'aereo sarebbe semplicemente una delle tante metafore diffuse, e non meriterebbe particolare attenzione, se non fosse stata probabilmente una componente importante dell'attrazione che il nuovo medium esercitò negli anni Venti e Trenta sulla prima e pionieristica comunità di utenti, i radioamatori. Sappiamo ormai, da diverse ricerche storiche italiane, francesi, britanniche, che questi appassionati ebbero un ruolo essenziale nei primi sviluppi della radio, e contribuirono a definirne alcune caratteristiche essenziali, prima che il medium assumesse una diffusione effettivamente "di massa".

Il fascino legato alla conquista dell'aria non fu insomma una conseguenza secondaria dell'affermarsi del medium, fu forse al contrario una delle condizioni che la permisero. Ed è bene ricordare che l'immagine della radio come veicolo spaziale ebbe, almeno per una fase, implicazioni significative: prima di tutto, l'idea che il nuovo medium fosse "naturalmente" transnazionale, capace di superare per la sua stessa costituzione tecnica tutte le frontiere predefinite. Fin dalle origini del mezzo, possiamo in realtà riscontrare una contraddizione portante: da un lato, nella comunità dei radioamatori ha continuato a lungo a circolare una forma, spesso ingenua, di cosmopolitismo, che ha portato nelle fasi di più intenso autoritarismo anche a scontri con il potere; dall'altro lato, molto presto la radio si è proposta, almeno in Europa, come medium essenzialmente legato alle pubbliche istituzioni e ai confini nazionali. Di questa contraddizione possiamo trovare un segno curioso nel Radiocorriere : ancora nei tardi anni Trenta, quando già era fatto espresso divieto di ascoltare in pubblico le radio estere, il settimanale di informazioni dell'EIAR riportava con scrupolo i programmi di tutta Europa, volendo evidentemente rispondere alle esigenze di tanti fra i più fedeli lettori per i quali la radio non era tale se non permetteva di viaggiare liberamente sulle onde.

Per affermarsi davvero, al di là delle imposizioni autoritarie, il controllo istituzionale sulla radio, con la sua conseguente imposizione di precisi vincoli anche geografici alla diffusione dei messaggi, aveva bisogno di un'altra metafora, capace di contrapporsi in modo da non sfigurare al sogno della conquista dello spazio: fu trovata nell'idea di public utility, di servizio pubblico gestito dallo Stato o da enti concessionari per il bene comune. La "rete radiofonica" diventava una sorta di replica della rete fognaria, o di quella elettrica, un accostamento forse non incongruo almeno in quei paesi, come il nostro, dove per molti nuclei familiari la radio fu il primo terminale allacciato alle prese elettriche a parte gli impianti di illuminazione.

Applicando l'immagine della public utility, i gestori pubblici o delegati dallo Stato fissavano in nome di inappellabili esigenze tecniche, di tutela etica e culturale, i vincoli alla circolazione dei messaggi radiofonici, e ponevano le premesse per una nazionalizzazione del mezzo. Si legittimava così l'accantonamento, non dico del sogno di una radio-aereo totalmente libera di viaggiare negli spazi (dopo tutto, diceva Bob Dylan, "sono davvero liberi gli uccelli dalle catene delle vie del cielo?") ma anche delle tradizioni ottocentesche della libertà di manifestazione del pensiero: in Europa almeno l'orologio-spettacolo della radio sarebbe rimasto a lungo uno dei media più specificamente nazionali dell'intero universo comunicativo.



Opere richiamate nel testo:

Alberto Abruzzese, *Il corpo elettronico*, La Nuova Italia, Firenze, 1987

Asa Briggs, *The Pleasure Telephone. A Chapter in the Prehistory of the Media*, in *The Social Impact of the Telephone*, a cura di Ithiel De Sola Pool, MIT Press, Cambridge, 1977

Patrice Flichy, *Storia della comunicazione moderna*, Baskerville, Bologna, 1994

G. Isola, *Abbassa la tua radio per favore. Storia dell'ascolto radiofonico nell'Italia fascista*, La Nuova Italia, Firenze, 1990

Carolyn Marvin, *Quando le vecchie tecnologie erano nuove*, Telecom Italia-Utet Libreria, Torino, 1994

Cécile Méadel, *La radio en France aux années Trente*, INA-Anthropos, Paris, 1994

Joshua Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna, 1992

F. Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia, 1992

Edgar Morin, *Il cinema o l'uomo immaginario*, Feltrinelli, Milano, 1982 (ed orig. 1957)

Nicholas Negroponte, *Essere digitali*, Sperling & Kupfer, Milano, 1995

Peppino Ortoleva, *Il tempo della radio. Piccola storia del segnale orario*, in "Movimento operaio e socialista", 2, 1986

Jacques Perriault, *La logique de l'usage*, Plon, Paris, 1992

Paddy Scannell, David Cardiff, *A Social History of British Broadcasting*, Blackwell, London, 1991

Monique Sicard, 1895. *L'image écartelée entre voir et savoir*, Les empecheurs de penser en ronde, Paris, 1995

Christophe Studeny, *L'invention de la vitesse*, Gallimard, Paris, 1995

Edward P. Thompson, *Tempo, lavoro e disciplina industriale*, in , Einaudi, Torino, 1982

Raymond Williams, *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, De Donato, Bari, 1981