

*Dipartimento di Scienze Politiche*

*Cattedra di Sociologia della Comunicazione*

**EVOLUZIONE DELLA COMUNICAZIONE IN ITALIA:  
LA RAI NEL CORSO DEGLI ANNI**

*RELATORE*

*Prof. Emiliana De Blasio*

*CANDIDATO*

*Alessandro Pipolo*

*Matr. 091552*

Anno Accademico 2021/2022

## INDICE

<b>INTRODUZIONE</b> .....	3
<b>CAPITOLO PRIMO: URI, EIAR E RAI</b> .....	5
1.1 URI, LA PRIMA STAZIONE RADIOFONICA ITALIANA.....	5
1.2 EIAR, I MEZZI DI COMUNICAZIONE DURANTE IL FASCISMO.....	10
1.3 NASCE LA RAI.....	17
<b>CAPITOLO SECONDO: LA RADIOTELEVISIONE ITALIANA</b> .....	23
2.1 L'AVVIO DELLE TRASMISSIONI TELEVISIVE .....	23
2.2 I CANALI TRADIZIONALI.....	27
2.3 L'ALLUNAGGIO, LA VOCE DI TITO STAGNO CI PORTA SULLA LUNA.....	33
<b>CAPITOLO TERZO: LA RIVOLUZIONE DIGITALE</b> .....	40
3.1 I CANALI TEMATICI.....	40
3.2 INTERNET E I SOCIAL MEDIA, LA RAI SBARCA SU YOUTUBE.....	44
3.3 LA DIFFICOLTÀ DI STARE AL PASSO CON I NUOVI MEZZI .....	47
<b>CAPITOLO QUARTO: L'ERA DELLA PIATTAFORMIZZAZIONE</b> .....	51
4.1 LA VIA ITALIANA ALLA PIATTAFORMIZZAZIONE .....	51
4.2 UNA PIATTAFORMA EUROPEA, LA RAI E LE TELEVISIONI EUROPEE E NON .....	55
4.3 LA COMPETIZIONE ECONOMICA.....	60
<b>CONCLUSIONI: L'ETERNA RAI</b> .....	63
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	65
<b>SITOGRAFIA</b> .....	65

## INTRODUZIONE

Il presente lavoro si pone come obiettivo quello di illustrare e analizzare i cambiamenti nel corso degli anni avvenuti all'interno, e non solo, del servizio pubblico italiano di radiotelevisione.

Questo lavoro cerca di sviscerare i punti focali, sia amministrativi che tecnici, ma anche politici e strutturali, della Rai Radiotelevisione Italiana, alternando parti di storia a parti più esplicative, senza dimenticare esempi ed analisi di alcuni momenti che hanno reso celebre la nostra radiotelevisione.

Partendo dagli albori e dai predecessori della Rai, ovvero URI ed EIAR, per comprendere appieno ogni passaggio e ogni scelta avvenuti in questi quasi cento anni di storia, il testo incarna più visioni: quella di fruitore del servizio radiotelevisivo, quella di critico e quella di analisi, in modo tale da offrire una versione a trecentosessanta gradi della storia Rai.

Quella della Rai è una storia fatta di scoperte, passione ed entusiasmo, scritta da pionieri, intellettuali e soprattutto dal popolo, che ha sempre segnato una costante nel corso degli anni; è una storia fatta di persone, alcune come tante altre e alcune indimenticabili che, con la loro voce o i loro slogan, hanno lasciato un segno nelle varie generazioni italiane che si sono succedute davanti a una radio o a una televisione.

L'intenzione del presente lavoro è proprio quella di partire dal lato umano, dai personaggi caratteristici di questa lunga storia, come Mike Bongiorno, Maria Luisa Boncompagni, Tito Stagno, nomi importanti.

Nel primo capitolo si cerca di dare una panoramica degli anni dell'URI e dell'EIAR, fino ad arrivare alla fondazione della Rai e l'avvento della televisione, con un particolare focus sul fascismo e sull'opera di censura a lungo applicata sul mezzo radiofonico, ma anche sulla propaganda del regime, incessante nei modi, tenendo sempre un occhio sull'evoluzione della popolazione e del suo approccio alla novità comunicativa.

Il secondo capitolo si propone di spiegare l'avvio delle trasmissioni televisive, le difficoltà, i sogni, le imprese tecniche e gli inizi di una storia destinata a durare ancora molti anni. Questo capitolo vuole dimostrare come, nonostante tutto, la Rai sia sempre riuscita a creare o a progettare programmi, format in grado di soddisfare il pubblico, si parla della differenziazione dei generi in seguito alle costituzioni del secondo e del terzo canale, della riforma accorsa nel 1975, dell'avvento delle televisioni private.

L'ultimo paragrafo vede invece l'illustrazione delle quasi trenta ore di diretta durante l'allunaggio, con le voci di Tito Stagno e Ruggero Orlando che ci hanno virtualmente trasportato in orbita assieme agli astronauti americani.

Nel terzo capitolo l'obiettivo è invece quello di spiegare i cambiamenti all'interno delle strutture, dell'amministrazione, dei format e dei comparti della Radiotelevisione Italiana a seguito

dell'avvento della rivoluzione digitale e di internet. Il focus del capitolo è in particolar modo sui canali tematici e la sfida che la Rai porta avanti nel destreggiarsi tra rivoluzione e lotta alle emittenti private, le quali non devono fare i conti con quasi nessun tipo di inghippo burocratico derivanti dal fatto di non essere una risorsa pubblica.

Il quarto, e ultimo capitolo, tratta invece il tema della piattaforma, ovvero della crescente nascita delle più svariate piattaforme che hanno investito anche il campo della comunicazione.

Ma non solo, poiché se nel primo paragrafo si parla in particolar modo della piattaforma Rai, RaiPlay, e delle ultime novità approntate dalla Rai per continuare a stare al passo coi tempi, nel secondo e nel terzo paragrafo il focus è sulla comparazione, tecnica ed economica, con le altre televisioni europee e quella americana.

Il testo, in conclusione, non intende giungere a una verità tassativa, ma attraverso l'analisi e lo sviluppo dell'intera storia Rai, si propone di offrire una panoramica attuale della situazione del servizio pubblico italiano di radiotelevisione con alcune considerazioni personali.

## CAPITOLO PRIMO: URI, EIAR E RAI

“Fra i prodotti della cultura popolare, o di massa, la radio e la televisione, più della stampa, del cinema, del teatro e della musica riprodotta, hanno determinato la fisionomia dell’immaginario sociale”<sup>1</sup>

### 1.1 URI, LA PRIMA STAZIONE RADIOFONICA ITALIANA

Quando si parla di radio, o più semplicemente di comunicazione, in Italia non si può fare a meno di pensare a un nome, Guglielmo Marconi.

Il noto inventore del sistema di telegrafia senza fili fu una figura fondamentale nello sviluppo delle comunicazioni radioelettriche a cavallo dei due secoli non solo in Italia, bensì anche in Gran Bretagna e America. Marconi viene considerato “il padre” della radio, per la sua sensazionale scoperta basata sullo sfruttamento delle onde hertziane.

In Italia, la possibilità di istituire servizi radiofonici e radioelettrici vede la luce nell’ultimo periodo dell’età giolittiana ma la lungimiranza di Marconi e Carlo Schanzer, redattore del primo progetto concernente una legislazione iniziale sulle comunicazioni senza fili, non venne supportata dai legislatori.

La concezione iniziale dello strumento radiofonico, infatti, fu di tipo prettamente militare, a salvaguardia della sicurezza nazionale, negando la possibilità di trasmissioni circolari e limitando fortemente il potenziale innovativo della radio. Ciò che ne scaturì fu la legge 395 del 1910.

Tuttavia, lo scoppio della Grande Guerra troncò sul nascere tutti i progetti relativi allo sviluppo delle comunicazioni radiofoniche, bloccando l’attuazione della legge 395.

Una volta terminata la guerra, l’Italia imprenditoriale iniziò a guardare con occhi più attenti all’industria radiofonica, e la utilizzavano come strumento di pressione sul neonato governo fascista.

Il nome di Guglielmo Marconi continua a essere il nome di punta in questo campo, avendo creato, già dal 1920, l’Agenzia radiotelegrafica italiana, facente capo al gruppo Marconi, appunto, e nel 1921 la Società italiana per i servizi radiotelegrafici e radiofonici (SISERT), nata specialmente per re-incentivare tutte quelle società facenti parte sempre al Gruppo Marconi.

Il principale obiettivo di Marconi era quello di contrastare l’intromissione del capitale straniero, principalmente francese e tedesco, all’interno della struttura delle comunicazioni italiane; infatti, i

---

<sup>1</sup> Franco Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, XXI.

ministri competenti in materia avevano favorito queste compagnie nell'accaparrarsi il controllo della struttura sopracitata.

Un po' per patriottismo, ma molto più per interesse personale, Marconi cercò in tutti i modi di costituire un servizio radiofonico italiano controllato esclusivamente dal gruppo Marconi.

Coadiuvato nel suo intento anche dall'avvocato romano Filippo Bonacci, che scrisse una lettera al sottosegretario alla Presidenza del consiglio Giacomo Acerbo, lamentando la grave situazione dell'organizzazione dei servizi radiotelegrafici e sostenendo che il primo progetto elaborato da Marconi non aveva ottenuto alcun tipo di riguardo da parte dei governi precedenti.

In poche parole, Marconi e la SISERT, della quale era presidente, si proponevano come unica società italiana in grado di soddisfare tutti i requisiti posti dai regi decreti e dai bollettini ufficiali del Ministero delle poste per le società che volessero ottenere concessioni per i servizi pubblici. La SISERT inizialmente non prese in considerazione la gestione dei servizi radiofonici, tuttavia Marconi, da grande osservatore della sua epoca sempre attento ai cambiamenti della società e delle opportunità da sfruttare, si accorse che il settore delle radiodiffusioni circolari richiedeva minori investimenti iniziali, contando anche su maggiori garanzie statali, iniziando così insistenti richieste per l'esercizio della radiofonia.

Sia Marconi sia Luigi Solari, suo consigliere, scrissero rapporti direttamente a Mussolini, per velocizzare il processo e cercare di battere sul tempo le società francesi e tedesche, ribadendo ciò che era già stato scritto al sottosegretario Acerbo, ovvero la necessità di riservare il controllo dei servizi radiofonici al solo Stato italiano.

Ne scaturì una mossa del Duce molto astuta, con un decreto, che si può considerare come una pietra miliare nell'organizzazione delle radioaudizioni italiane, riservando allo Stato l'impianto e l'esercizio di comunicazioni per mezzo di onde elettromagnetiche, lasciando però un margine di intervento secondo il principio della pluralità di concessioni.

Nei primi di luglio del 1923 Mussolini ricevette Marconi e Solari a Palazzo Chigi, l'incontro viene riportato proprio dal consigliere dell'inventore:

[...] Egli ci ricevette tutti in piedi come d'abitudine, e pose subito la questione: <<L'Italia deve mettersi in condizione di aver il miglior servizio radio. Marconi ha dato prova di meritare la fiducia del suo paese. Da tempo la Società Italiana Marconi ha presentato un progetto che il Ministero delle poste possiede. Occorre prendere una decisione in merito a tale progetto>><sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Ivi, 15.

Il capo del governo, tuttavia, era a conoscenza dei lavori emersi dalla commissione reale che doveva occuparsi di trovare una soluzione una volta terminate le convenzioni stipulate con Marconi nel 1916, il risultato fu la pronuncia di tale commissione esprimendo il suo dissenso ad affidare a una sola società il controllo del servizio radiofonico.

Fu così che nell'estate del 1923 si concluse un accordo tra il governo italiano e le società francese e tedesca con l'intento di costituire la Italo Radio, spazzando via le ultime speranze del gruppo Marconi di creare una società italiana in grado di controllare, in esclusiva, i servizi radiofonici.

La risposta di Marconi e della sua società fu quella di stringere legami con il mondo dell'industria radioelettrica, come la FATME, azienda italiana sin dal 1918. Il gruppo nato da questa unione raccolse la domanda di concessione della SISERT, ma nessun passo in avanti venne registrato, vani furono anche gli ultimi tentativi di Solari, che scrisse un'altra lettera a Mussolini in cui lamentava l'impedimento da parte di alcuni ministri e di alcuni gruppi finanziari nel creare un servizio radiofonico italiano. L'ostacolo più grande era rappresentato dal ministro Colonna di Cesarò, il quale aveva sempre dimostrato la sua animosità nei confronti del gruppo Marconi alla luce del sole. Oltre a ciò, si aggiungeva la fondazione della Italo Radio, naturalmente, e altre situazioni di conflitto di interesse, come la sottoscrizione garantita alla Banca commerciale, interessata al controllo dei servizi radiofonici.

Il punto di svolta è rappresentato dalla nascita del Ministero delle comunicazioni, la cui direzione viene affidata a Costanzo Ciano, che nutriva ottimi rapporti con Marconi.

L'inventore, infatti, aveva contribuito notevolmente durante gli anni della guerra per merito della radiotelegrafia nella navigazione marittima e anche sul campo, nella tattica bellica.

A questo punto il gruppo della Radiofono, ovvero il gruppo Marconi, aveva dinanzi a sé una strada spianata, la quale non venne sbarrata nemmeno con il rovinoso tentativo, il 25 marzo 1924 al Teatro Costanzi, di riportare per radio il discorso di Mussolini.

In questo quadro generale va a inserirsi l'avvento della Western Electric. Il colosso americano si era assicurato la costruzione degli apparecchi radioriceventi per la SIRAC, la Società italiana radio audizioni circolari.

A una manciata di mesi dal tentativo di Teatro Costanzi, il Ministro delle comunicazioni rende noto alla Radiofono e alla Società italiana radio audizioni circolari che era stato affidato loro il compito di gestire l'esercizio radiofonico mediante una società unificata, invitandole a entrare in contatto per raggiungere l'accordo di fusione.

Così, il 27 agosto 1924, nasce a Roma l'Unione radiofonica italiana (URI), costituita dal gruppo Marconi, quindi dalla Radiofono e dalla SIRAC. Inizialmente all'interno della società doveva essere presente anche Radio Araldo, nata nel marzo 1920 a Bologna dai fratelli Ranieri, la quale aveva

intrapreso un rudimentale tentativo di emissioni radiofoniche intercettate da pochissime decine di ascoltatori. La società dei fratelli Ranieri però, attraverso un comunicato ufficiale, rinuncia a far parte dell'URI a causa di mancanza di capitale necessario per la fusione. Alla presidenza della nuova società viene nominato Enrico Marchesi, ex direttore centrale della FIAT, mentre a Solari venne affidato il ruolo di vicepresidente.

Era quindi nata la prima società di broadcasting italiana, i cui componenti, al posto di fiondarsi in una ostinata competizione per accaparrarsi il mercato italiano, decisero saggiamente di dividerselo. Il Ministro Ciano fu determinante anche dopo la creazione dell'Unione radiofonica italiana, impedendo alla società francese e a quella tedesca di allargare il proprio dominio dai servizi radiotelegrafici a quelli radiofonici.

Nel clima di un'Italia reduce dalla crisi postbellica, dalla marcia su Roma, da un forte periodo di fascistizzazione, il controllo dei mezzi di comunicazione e dello strumento radiofonico segnava un vantaggio abissale per incrementare e consolidare il potere delle oligarchie politiche e finanziarie. Luigi Einaudi scrisse a proposito di queste oligarchie le seguenti parole: "Fondano giornali, ne comprano altri, e vorrebbero far sorgere, accanto a una catena di persone pronte ai loro disegni, una catena di giornali disposti ad ammaestrare il pubblico".

Mussolini si avvalese di tale vantaggio e l'ufficio stampa della Presidenza del consiglio, allora diretto da Cesare Rossi, fu un mezzo essenziale per allargare la propria propaganda fascista anche alla stampa, trattando l'acquisto di quotidiani per conto del governo ma anche sollecitando grandi industriali ad acquisire quelle testate che si mostravano in controtendenza rispetto al nuovo corso politico. Il possesso di una realtà editoriale permetteva ai grandi gruppi finanziari, che avevano sfruttato il periodo bellico per fare la loro fortuna, di inserirsi nel nuovo contesto politico, in questa circostanza il controllo dei mezzi di informazione giocava un ruolo fondamentale. Un gruppo che non rimase inerme di fronte ai grandi cambiamenti del tempo è il gruppo FIAT, il quale notò i vantaggi potenziali del nuovo mezzo radiofonico diventando così azionista nella neonata Unione radiofonica italiana.

Inizialmente la nuova società ha una sola stazione trasmittente, situata nel quartiere Parioli, a Roma, l'unica Agenzia giornalistica designata dal governo come fonte è l'Agenzia Stefani che dal 1924 passa sotto il controllo di un fedelissimo mussoliniano, Manlio Morgagni, nel caso in cui si trattasse di altre agenzie, esse dovevano ricevere un visto preventivo dell'autorità politica locale.

Il 6 ottobre del 1924, Maria Luisa Boncompagni lesse il primo annuncio della storia della radiofonica italiana, aprendo il primo programma ufficiale della storia della radio pubblica nel nostro paese. Il programma consisteva in un concerto di Haydn, un bollettino meteorologico, dalla borsa e altre notizie di carattere generale.



Per molto tempo si è creduto che l'annuncio della Boncompagni fosse il primo della storia della radio italiana, ma più recentemente, precisamente nel 1997, l'allora direttrice di Le teche Rai trovò uno spezzone tagliato del primo annuncio ufficiale, scoprendo che in realtà fu di Ines Viviani Donarelli, moglie del direttore artistico dell'URI, il piacere di "battezzare" la neonata società e di aprire con la propria voce il concerto <sup>3</sup>.

Nel gennaio 1925 nacque invece il famoso Radio Orario, il settimanale ufficiale dell'URI, con lo scopo di ampliare la falce di pubblico, inizialmente composto da amatori interessati più all'innovazione tecnologica dell'ascolto radiofonico che ai programmi in sé.

L'intento del Radio Orario è proprio questo, conoscere i gusti e le preferenze di un pubblico che ancora agli albori, un pubblico da formare e da fidelizzare. Questo pubblico vacante trova nella classe medio superiore, in quelle famiglie agiate, che pongono il ricevitore al centro del salotto chiudendo la porta a chiave, proibendo la stanza alla vita familiare, gli ascoltatori perfetti.

Un tratto caratteristico del ventennio fascista è riconoscibile nel nome che viene dato alle stazioni radio dell'URI: essendo queste sotto il controllo statale non erano libere di scegliere il proprio nome, così il governo decise che avrebbero preso il nome in base al luogo dal quale trasmettevano. Nacquero così Radio Roma, Radio Milano, Radio Torino e tante altre, all'interno delle quali gli speaker parlavano a circa un metro dal microfono, mentre nel caso di musica dal vivo i cantanti erano tenuti alla distanza di tre o quattro metri da esso.

Il palinsesto al quale l'URI s'ispira è quello britannico, della Bbc, ma le disponibilità economiche e la copertura della rete radiofonica italiana sono di molto inferiori rispetto a quella del paese dei tre leoni. Così inizialmente a coprire più della metà del palinsesto è la trasmissione di musica classica, scelta in base alle preferenze degli abbonati.

Il palinsesto nel corso della storia dell'Unione radiofonica italiana rimase più o meno invariato, il primo programma iniziava alle 17:15 con l'Orchestra dell'Hotel de Russie, alle 20:00 era il momento delle notizie dell'Agenzia Stefani e il Bollettino della borsa. Mezz'ora dopo era il momento del segnale d'inizio delle trasmissioni, mentre alle 20:55 dai ricevitori si poteva ascoltare musica classica con in aggiunta a rivista umoristica dello Spregiudicato. L'ultima mezz'ora invece veniva composto dal bollettino meteorologico e musica da ballo, segnando la fine delle trasmissioni alle 22:30. <sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Eleonora Corgiolu. *Maria Luisa Boncompagni: il Giallo del Primo Annuncio Radiofonico*. Radiospeaker.it, 27 maggio 2013 <https://www.radiospeaker.it/blog/maria-luisa-boncompagni-giallo-primo-annuncio-radiofonico/>.

<sup>4</sup> Daniele Rosi. *L'Unione radiofonica italiana tra il 1923 e il 1927: storia e contesto politico*. "Bibliomanie. Letteratura, storiografie, semiotiche" 49, no. 9, giugno 2020 <https://www.bibliomanie.it/?p=4069>.

L'idea di fondo è quella di utilizzare la radio con un duplice scopo, propagandistico e culturale, nelle rubriche infatti non viene trattata la storia italiana in sé, ma si esaltano personalità individuali, gradite al fascismo, spesso alcuni periodi storici non vengono volontariamente trattati.

Mussolini comprese molto bene il potere della radio a livello propagandistico e già all'interno dei programmi educativi per bambini, l'aspetto didattico veniva in secondo piano, ciò che era veramente importante era inculcare l'ideologia fascista. Dal 1926 le radio dell'URI vengono installate anche all'interno delle Case del Fascio e dei vari circoli del dopolavoro.

Nel quadriennio dell'URI non si creano i presupposti per una moderna rete radiofonica, il pubblico rimane un gruppo di nicchia a causa degli elevati costi degli apparecchi. Questi anni possono essere considerati come una fase di preparazione, solo con la costituzione dell'EIAR si aprirà una nuova stagione maggiormente incentrata su iniziative di crescita per la base d'ascolto, la varietà dei programmi e soprattutto una più efficiente propaganda politica radiofonica.

## **1.2 EIAR, I MEZZI DI COMUNICAZIONE DURANTE IL FASCISMO**

I problemi dell'Unione radiofonica continuavano ad accrescere il divario tra essa e gli altri servizi radiofonici in Europa, basti pensare che gli abbonati italiani non superavano le quarantamila unità mentre in Inghilterra, già nel 1927, si contavano oltre due milioni e duecentocinquantamila abbonati.

Gli introiti derivanti dal pagamento dei canoni non bastavano a soddisfare le quantità economiche necessarie per modernizzare le infrastrutture, migliorare il servizio e, soprattutto, l'ampliamento della rete.

Possiamo considerare il 1927 come un anno di "turning point", poiché l'URI era arrivata al punto di non poter proseguire l'esercizio dell'attività sociale, servivano assolutamente nuovi investimenti. Questi finanziamenti pubblici sarebbero stati indirizzati a un nuovo organismo, un ente speciale a capitale privato, il quale avrebbe fornito al regime fascista una nuova struttura più efficiente, sia a livello giuridico che a livello amministrativo, per coordinare il controllo sulla politica radiofonica e delle informazioni.

Il 15 gennaio del 1928 il nuovo ente assume la denominazione di Ente italiano per le audizioni radiofoniche, EIAR per l'appunto.

La struttura e le caratteristiche del neonato organismo prevedono un potenziamento delle stazioni trasmettenti, la creazione di un nuovo ente concessionario, un Comitato superiore di vigilanza sulle radiodiffusioni (voluta da Costanzo Ciano come strumento di controllo politico ma anche come organismo di tutela degli interessi di importanti settori come lo spettacolo, l'economia). Attraverso

una convenzione si fissa un aumento di capitale e anche norme sui generi e sulla durata dei programmi.

A livello burocratico i ruoli erano rimasti immutati, ma mentre alla presidenza Enrico Marchesi rimaneva l'unico che rispondeva a tale titolo, per il ruolo di vicepresidente Luigi Solari venne affiancato da Arnaldo Mussolini, direttore del "Popolo d'Italia" e fratello del Duce, un chiaro segnale della volontà del regime fascista di voler controllare e strumentalizzare il nuovo organismo. Con la costituzione dell'EIAR era tutto pronto per far sì che la radio italiana si imponesse come mezzo di comunicazione di massa, il nucleo centrale degli azionisti di maggioranza rimaneva sempre composto dal gruppo Marconi, la SIRAC, la FIAT e i gruppi finanziari facenti parte della SIPRA.

L'intento del governo fascista era, naturalmente, quello di estendere la rete radiofonica in tutto il paese ma, vuoi per la maggiore densità urbana e un reddito medio più alto, vuoi per la crescente "piemontizzazione"<sup>5</sup> dell'EIAR (dovuta alla presenza crescente nel consiglio d'amministrazione e nei gruppi investitori di esponenti di vari tipi di industrie dell'alta classe piemontese), lo sviluppo delle emittenti si concentrò principalmente nel Nord della penisola, almeno in principio.

Questo era dovuto inoltre all'aumento di ore di trasmissione, il quale costituiva un maggior dispendio di energia, quest'ultima era controllata principalmente da società come la Edison di Milano e la Società idroelettrica Piemonte (SIP), con sede a Torino.

Il gruppo piemontese ebbe, man mano, sempre più controllo sul capitale azionario dell'EIAR e, nel 1930, Ettore Conti, presidente della Società idroelettrica Piemonte, e Camillo Protto divennero i nuovi vicepresidenti. Insomma, oltre alla SIP faceva il suo ingresso nella radiofonia italiana anche la holding IFI, con Giovanni Agnelli, il gruppo veneziano con il proprio uomo di fiducia Achille Gaggia e l'editore Arnoldo Mondadori già consigliere SIPRA.

Proprio attraverso il contatto tra quest'ultima, che controllava la pubblicità radiofonica, e la società piemontese fu il punto di unione della radio con l'industria a essa collegata, infatti la SIP, con un atto notarile, entrò in possesso dell'intero pacchetto azionario della SIPRA.

Fu proprio grazie a questo avvenimento che iniziò il processo di controllo definitivo del capitale EIAR da parte di una società, assorbita poi nel 1933 dall'IRI, che si sarebbe configurata come una finanziaria a prevalente capitale pubblico.

Il grande problema, già affrontato dall'URI, rimane sempre lo stesso: riuscire a creare un pubblico numericamente adeguato. La radio infatti continuava ad essere un bene di lusso, il costo di un

---

<sup>5</sup> Processo di adattamento dell'Italia unita al predominio culturale e politico del Piemonte, con l'estensione delle istituzioni locali e del suo governo allo stato unitario.

apparecchio ricevente, nonostante Enrico Marchesi avesse proposto un piano d'azione tale da portare il costo di un ricevitore a massimo mille lire, continuava ad oscillare tra le 2850 e le 1900 lire, un prezzo ancora troppo elevato per un reddito pro capite sempre più basso.

In Italia, infatti, nei primi anni '30 il numero di abbonati non superava il numero di 350'000 abbonati, un numero davvero molto esiguo rispetto ai 5 milioni di tedeschi o ai quasi 6 milioni di inglesi. Per ovviare a tale problematica l'EIAR nelle sue campagne propagandistiche cercò di sfruttare l'abbinamento psicologico tra radio e modernità, a parte infatti quella cerchia ristretta di appassionati della radio, che venne definita "i Pionieri" e che venne incaricata di diffondere il mezzo radiofonico nei vari comuni italiani, il resto della popolazione doveva essere stupita attraverso collegamenti che non avrebbero mai pensato possibili, come ad esempio da sopra un aeroplano o da treni in corsa. Una grande mano al processo di diffusione venne data dalla stampa, la quale nelle prime pagine dei giornali rilasciava strascichi di interviste, giudizi, proposte di cantanti, artisti, sportivi, autori, in modo tale da orientare le preferenze del pubblico. Nonostante ciò, il pubblico rimaneva una esigua cerchia di nicchia, che attingeva dai quotidiani giornalmente, di conseguenza un pubblico già sensibile alle novità ed economicamente disposto a ciò che veniva offerto.

A lungo si cercò attraverso le più svariate iniziative di dilatare il più possibile l'audience, per esempio attraverso gli autoradoraduni, che si svolgevano annualmente a Torino ed erano diventati ormai un ritrovo di culto per gli appassionati di auto e radio. Vennero effettuati dei sondaggi tra il 1928 e il 1930 attraverso il Radiocorriere, ma pochi furono gli abbonati che risposero ai quesiti. Nonostante gli obiettivi principali dell'EIAR fosse quello di ampliare maggiormente la fetta di pubblico e la vendita del prodotto, il governo fascista nella prima metà degli anni '30 strumentalizzò il mezzo radiofonico a scopo di propagandare il programma politico-sociale del partito.

Le volontà delle due parti (EIAR e governo, s'intende) erano le medesime, seppur con finalità e modalità differenti. Infatti, la promozione della diffusione del mezzo in aree sempre più vaste e l'aumento degli ascoltatori erano obiettivi comuni ai due attori. Nell'apparecchio radiofonico entrambi videro una collettività da sfruttare, dalla parte dell'EIAR per aumentare il raggio di broadcasting radiofonico, mentre il fascismo (così come fece il partito nazista in Germania) vide la radio come un mezzo di informazione in tempo reale del regime.

La sinergia tra le due componenti si può ben vedere nel processo di ruralizzazione voluto da Mussolini e dal governo come uno dei punti principali a seguito del plebiscito del 1929.

Questo processo serviva all'EIAR per arrivare anche a quella fetta di popolazione che non poteva permettersi di acquistare il mezzo radiofonico sia per carenze economiche, sia per ragioni

puramente culturali e di ignoranza, data la quasi totale assenza di biblioteche e scuole in quelle zone.

L'intento era quello di allietare la vita nei campi attraverso l'ascolto di programmi di natura didattica, semplici ma al contempo interessanti.

Per il regime invece la possibilità di comunicare maggiormente in quelle aree, far sentire la vicinanza del governo attraverso lo strumento radiofonico, era fondamentale, significava ampliare il proprio raggio d'azione e aumentare la gittata della propaganda in modo tale da far sentire anche i più emarginati vicini alla società e ai programmi del partito.

Per realizzare il progetto Costanzo Ciano pensò alla costituzione di un nuovo organismo, adibito appositamente all'educazione radiofonica nelle zone rurali, a ciò si oppose il Ministro delle finanze Jung inizialmente, il quale riteneva l'ente radiofonico nazionale idoneo, con qualche piccola modifica, a soddisfare le esigenze del progetto che Ciano voleva affidare all'ipotetico nuovo organismo.

Nonostante l'opposizione del Ministro e le manifestazioni per il Decennale tennero occupato il regime nella sua spinta propagandistica, l'anno successivo, venne creato l'Ente radio rurale, il cui compito era quello di "contribuire alla elevazione morale e culturale delle popolazioni rurali", inoltre ad esso era "affidata la vendita degli apparecchi radioriceventi e delle loro parti per le scuole e altri luoghi pubblici dei comuni rurali e frazioni rurali dei comuni". L'apparecchio ricevente venne chiamato Radiorurale.

Inizialmente la risposta degli ascoltatori non fu negativa, nonostante i programmi non fossero particolarmente interessanti e non brillassero di chissà quale inventiva. I programmi per i contadini consistevano di notizie e consigli utili, istruendoli e divertendoli allo stesso tempo (come già detto sopra). Il conformismo culturale regnava all'interno delle trasmissioni e il nuovo ente trovò la sorda resistenza di buona parte degli insegnanti. Il problema rimaneva sempre lo stesso: la difficoltà di procurarsi l'apparecchio ricevente, i modelli popolari sui quali si accendevano gli interessi del regime e lo scetticismo delle industrie costruttrici.

La parte propagandistica di tutta questa faccenda è ben evidente, l'Ente radio rurale voleva offrire un prodotto formativo che spaziassse dalla storia all'educazione civica, dalla musica, alla letteratura, associando così un pubblico di studenti e di lavoratori, in modo tale da omologare le fasce più culturalmente deboli della società italiana e sensibilizzarle a un ascolto attivo, con un duplice obiettivo: l'aggiornamento culturale e l'indottrinamento politico.

Insomma, la radio diventa uno dei maggiori mezzi di propaganda e di influenza politica di cui il regime fascista si serve per inculcare ciò che ritiene opportuno. Uno dei programmi foraggiati dal

partito era “L’ora radiofonica dei GUF” (gruppi universitari fascisti), nel quale i giovani potevano esprimere il loro talento creativo e dare vita a una moltitudine di idee.

Man mano che andava delineandosi il pubblico radiofonico, i programmi culturali iniziavano a delinearsi come i più graditi. Il potere di controllo del governo all’interno dell’EIAR va via via aumentando, arrivando al punto in cui non era più possibile scegliere in autonomia dei bravi conferenzieri da far parlare in radio, ma bisognava tassativamente scegliere tra una cerchia ristretta di pochi eletti, ovviamente stilata dal regime. Così facendo i programmi avevano assunto sempre più un carattere politico, come testimonia la rubrica “Condottieri e maestri”, inaugurata da Arnaldo Mussolini, il fratello del Duce.

Scostandoci per un attimo dall’utilizzo radiofonico da parte del regime, è interessante vedere come l’EIAR abbia saputo innovare i propri programmi rispetto all’Unione radiofonica italiana. Sì, perché se da una parte la radio era un mezzo di censura, di propaganda politica, dall’altro stava diventando un mezzo di intrattenimento del tutto diverso dal quotidiano, quest’ultimo tendeva ad essere ripetitivo e soprattutto a pagamento. La radio, seppur il ricevente fosse da comprare, rappresentava un mezzo gratuito, poiché spesso (come già detto) il ricevente era posto in luoghi comuni per l’ascolto collettivo, e variabile di ascolto.

La programmazione era di un genere sostanzialmente leggero, andavano forti gli sketch di Vittorio De Sica, Giuditta Rissone, Umberto Melnati, oppure i motivetti del Trio Lescano, del Quartetto dei fratelli Mida, o ancora le interpretazioni appassionate di Aldo Messaglia e quelle briose di Giacomo Osella. Inoltre, i cantanti o i fantasisti che facevano il loro debutto in radio diventavano velocemente popolari.

In questi anni iniziano anche i primi cabaret, sulla falsa riga di quelli tedeschi e inglesi, e i finti radio-viaggi di Luciano Basilisco. Ma il format radiofonico che più fece successo fu quello derivante dalla combinazione del linguaggio parlato con quello musicale, di cui i più grandi esponenti erano Pietro Cesare Rivetta, con lo pseudonimo di “Toddi”, Luciano Folgore, Achille Campanile e Cesare Zavattini.

Una importante novità in questo periodo della radiofonia italiana è segnata dall’avvento del radioteatro, che arriva solo cinque anni dopo la nascita del servizio regolare di radiodiffusione, con “L’anello di Teodosio” di Luigi Chiarelli, in onda nel 1929.

Tornando al ruolo che la radio ebbe nella propaganda fascista si può notare una vera e propria rivoluzione nella gestione e nelle direttive concernenti il mezzo radiofonico, poiché il ruolo di propaganda che doveva caratterizzare il radio non si sposava bene con la tendenza spontanea e istintiva di ascolto di questa. Il cambio avvenne a seguito dell’ascesa del partito nazista in Germania e della guerra di Etiopia, e la prima mossa fu la nomina di Galeazzo Ciano come capo dell’ufficio

stampa, segnale che faceva intendere la volontà di Mussolini di dare maggiore impulso a questo organismo e allargarne le competenze. L'ufficio stampa della Presidenza del consiglio, infatti, si trasformerà in Ministero della cultura popolare, con compito principale quello di occuparsi della propaganda.

Nel settore radiofonico si ebbe ben presto una grossa novità: il Comitato per la vigilanza venne soppresso e venne creata una Commissione di soli quattro membri per fissare le direttive artistiche dell'EIAR e la vigilanza sulla parte programmatica delle radiodiffusioni.

Alle soglie del 1935 si potevano contare oltre 500 mila abbonati, anche il divario tra nord e sud andava limandosi. La radio, a prescindere dal regime, diventa veicolo di unione, questo deriva dalla novità, introdotta nella mentalità dell'epoca, di un "presente drammatico" che viene vissuto dalla folla nella sua interezza attraverso l'ascolto collettivo. Per fare qualche esempio basta vedere infatti che i grandi eventi sportivi diventano i banchi di prova per la radio in diretta, in questo momento nascono i grandi radiocronisti, soprattutto calcistici, come Giovanni Buratti, Alfredo Gianoli, Mario Ferretti, Nicolò Carosio. Ma il partito fascista non dorme mai, anche qui decide che il linguaggio radiofonico debba essere di un certo tipo, nasce quindi il Centro radiofonico sperimentale con l'intento di dare al radiocronista un "temperamento giornalistico di prim'ordine, sensibilità intuizione fantasia, deve saper parlare, deve essere e saper essere eloquente improvvisando". Naturalmente, le ragioni della volontà di una preparazione a uno specifico linguaggio radiofonico ricadono nella volontà del regime di avvicinare questo alla propaganda propria del partito fascista, da questo fatto le radiocronache prendono quel carattere di esaltazione dannunziana e di fervore "futurista".

Il fascismo aveva colto l'importanza di questo sentimentalismo di massa e, di conseguenza, l'importanza della ottimale disposizione dei microfoni, pronti a raccogliere e amplificare il grido della folla.

La radio, nel periodo che va da prima a dopo la guerra di Etiopia, è attorniata da una fervente fibrillazione e ciò viene particolarmente avvertito nelle trasmissioni emesse dall'Ente radio rurale. Dopo l'avvento di Achille Starace, segretario del partito, nel ruolo di organizzatore del contenuto politico nei programmi, l'Ente assunse un carattere propagandistico ancora più accentuato, per esempio cominciò la "militarizzazione" precoce dell'infanzia, nelle scuole, dove la mattinata scolastica si concludeva con l'annuncio delle nuove conquiste in Etiopia.

Tuttavia, i problemi logistici la facevano ancora da padrone, molti insegnanti si lamentavano che i loro studenti non avessero mai sentito la voce del Duce, che il fascismo non avesse ancora avuto un contatto con molti di loro.

Nel 1936 si contavano ancora circa 700 mila abbonati, un numero esiguo rispetto agli standard europei, per ovviare a tutte queste problematiche nel 1937, un anno dopo, fu messo sul mercato un nuovo apparecchio, il Radiobalilla, il cui costo non superava le 430 lire.

La maggior parte dei nuovi ricevitori venne installata nelle primarie e nei centri ricreativi, dopo i lavoratori si riunivano la sera, altri erano stati sistemati nelle piazze dei paesi o negli uffici delle autorità locali. Tuttavia, l'obiettivo prefissato e i risultati sperati non vennero raggiunti dal regime, perlomeno in patria. Sì, perché sul piano internazionale la risonanza della parola autoritaria italiana ebbe un eco maggiore. Tant'è vero che dalla stazione di Prato Smeraldo si trasmetteva nelle colonie africane e nel Nord America, l'ufficio radio si occupava dell'intero traffico delle informazioni, dei materiali e della corrispondenza verso il Nord, Centro e Sud America, Grecia e paesi arabi.

Anche negli Stati Uniti porsero particolare attenzione alla propaganda fascista trasmettendo molti discorsi e interventi di politici italiani.

Nel triennio 1936-1939, che viene segnato dallo stile di Achille Starace, si va formando la cultura di massa, film fumetti, canzoni, avviene quel perfezionamento totalitario che vedeva tutti gli strumenti di informazione, in primis la radio, svolgere un ruolo fondamentale.

La disciplina relativa alla radiodiffusione e a tutti i mezzi concernenti essa viene ulteriormente regolamentata nel 1937 con l'istituzione dell'Ispettorato per la radiodiffusione e la televisione, i cui funzionari venivano nominati direttamente dal Duce.

Sempre nel triennio che vede la conduzione di Starace viene istituito il canone, che serviva per finanziare la propaganda del regime ed era richiesto per il possesso della radio (la televisione era "nata" da poco, era uno strumento in evoluzione) e il suo costo equivaleva a 8 lire l'anno, può sembrare poco ma basti pensare che le mille lire di allora equivalgono agli odierni 830 euro, in pochi potevano permetterseli.<sup>6</sup>

Nel frattempo, le ore di trasmissione erano passate da 47.332 a 64.573, per poi diventare 96.311 nel 1939, con la musica che occupava più del 55% dello spazio, e se la musica jazz e d'oltreoceano fin al 1938 dilagava all'interno del palinsesto radiofonico, dal 1939 le tendenze xenofobe del partito riportarono la musica leggera italiana come principale genere musicale da far ascoltare agli italiani (non senza le lamentele dell'EIAR, che credeva la sola musica leggera italiana non in grado di soddisfare le richieste del pubblico).

Per i lavoratori il programma dedicato era "Dieci minuti del lavoratore", sostituito poi da "Radio Sociale".

---

<sup>6</sup> Patrizia Del Pidio. *Canone Rai: origine e storia della tassa più odiata dagli italiani*. Investireoggi.it, 12 febbraio 2016 <https://www.investireoggi.it/fisco/canone-rai-esce-dalla-bolletta-ed-entra-nel-bollo-auto-ma-paga-anche-chi-non-guida/>.



L'influenza fascista cresce sempre di più all'interno dei programmi radiofonici, e se inizialmente il partito aveva sottovalutato la potenza del mezzo ora capisce che la radio è fondamentale nei piani del regime. Tra il 1941 e il 1943 andarono in onda numerose trasmissioni, soprattutto serali, in cui si dimostrava come fosse il giudeo l'eterno scatenatore di guerre.

Un evento importante da ricordare nella seconda parte degli anni '30 fu la contropropaganda, proveniente soprattutto dalla Spagna, con egregi esponenti dell'antifascismo italiano come Pietro Nenni e Rodolfo Pacciardi nelle radio di Madrid, Valencia, Barcellona. Anche in Italia era possibile trovare radio antifasciste o comuniste, che riuscivano abilmente a sfuggire ai tentativi di disturbo del regime cambiando velocemente onde di trasmissione da un momento all'altro.

Nel periodo prebellico il regime rimase più cauto nella propaganda fascista al di fuori dei confini nazionali e dominarono le trasmissioni in linea con ciò che diceva il regime.

È solo dopo il 1940 che la radio riconverte il suo modello comunicativo alle necessità belliche, l'intero apparato radiofonico viene totalmente rivisitato: l'Ispettorato viene diviso in tre settori, uno per l'interno, uno per l'estero e uno per le intercettazioni, un Centro radio guerra viene istituito e incaricato di riportare continui aggiornamenti sull'andamento del conflitto e sulle operazioni militari.

Dal 23 giugno tutte le trasmissioni vennero unificate e si divisero su tre obiettivi fondamentali: informazione e commenti, intrattenimento, propaganda per l'interno e per l'estero. Tutti i programmi frivoli e non interessanti vennero cancellati dall'EIAR.

Venne potenziata al massimo l'informazione del giornale radio, le edizioni quotidiane passarono da sei a otto e alle 13 di ogni giorno veniva trasmesso il bollettino del quartier generale delle Forze Armate.

Pian piano la radio italiana passa dall'essere una radio di notizie a una radio di opinioni, le quali dopo i rovesci battaglieri in Grecia e Africa settentrionale devono iniziare a confrontarsi con il sapore della sconfitta. Le notizie quindi vengono come dilazionate, ovviamente le sconfitte non si possono censurare per sempre, ma se essa viene raccontata un pezzetto per volta allora ecco che appare meno disastrosa, soprattutto grazie all'omissione della piena gravità della situazione.

Nella fase più acuta del conflitto la radio combatte una vera e propria battaglia sulle onde radiofoniche parallelamente a quella combattuta con le armi. Con l'inizio della guerra le ore di trasmissione sono in continua ascesa, dalle 10.30 del mattino fino alle 3 di notte circa, è il periodo di massima fama di Radio Bari, la quale divenne famosa per la propaganda in paesi come Siria, Palestina, Libano, Iraq ed Egitto, Tunisia, Marocco e Algeria. Anche se, questa propaganda non portò con sé gli effetti sperati visti i numeri problemi tecnici e linguistici, problemi che non si

riscontravano nelle radio inglesi, che divennero una vera minaccia per la propaganda fascista in quei luoghi data anche la maggiore potenza delle loro stazioni.

La “battaglia delle parole” vide come grande elemento principale la capacità delle emittenti di fare breccia nello spirito pubblico dei paesi in conflitto. Non si poteva nascondere l’evidenza dei fatti, i disservizi organizzativi, lo stato confusionale dei collegamenti e il sovrapporsi delle disposizioni non giovarono alla propaganda italiana. Nemmeno le bugie proliferate dai microfoni del regime aiutarono la radio italiana nella sua propaganda, soprattutto grazie alle verità delle più ascoltate radio nemiche.

Dalle radio comuniste in questi anni parte un grido di unione, volto a risvegliare fermenti di opposizione. Dai microfoni si possono sentire le voci di Ruggero Grieco e numerosi altri quadristi, i quali trasmettono dalla più famosa Radio Milano Libertà ma anche da Mosca, Kubišev.

I provvedimenti del regime non tardano e in numerose città scattano gli arresti di numerosi operai comunisti o studenti vicini a queste radio “rosse”.

A partire dal dicembre del 1942, nei programmi radiofonici comincia a diffondersi un interesse verso il fronte interno e agli inizi del 1943 l’opinione pubblica italiana prende coscienza che la disgregazione del regime ormai è solo una questione di tempo. Fu la crisi di credibilità del sistema di informazione, radiofonico e no, a giocare un ruolo importante sotto questo aspetto, perché l’abitudine all’ascolto delle radio alleate aveva tolto credito alle notizie ufficiali e aveva quindi giovato la promozione di un giudizio più libero sul sistema propagandistico fascista.

La svolta arriva l’8 settembre 1943 con l’ascolto degli italiani dell’armistizio sulle frequenze di Radio Londra. Chiodelli, allora direttore generale e amministratore delegato dell’EIAR, ordinò a tutte le sedi di collaborare con gli Alleati e disattivare gli impianti nel caso in cui fossero occupati dai tedeschi. Da quel momento, per le successive 48 ore, tutto tace. Rarissime le notizie, programmi completamente scomparsi. Un vero e proprio blackout, l’EIAR si stava avviando verso la sua fine.

### **1.3 NASCE LA RAI**

Da questo momento, inizia lo smembramento, con lo smantellamento delle stazioni di Roma I e Roma II da parte dei tedeschi, lo spostamento verso Nord di molti dipendenti per collaborare con la radio della Repubblica di Salò, chi si nasconde, chi rompe le linee per collaborare con la radio degli Alleati.

Inizia una guerra tra Alleati e Repubblica di Salò, tra partigiani e nazisti, a colpi di onde medie e corte, con le radio alleate che hanno maggiori disponibilità e sfruttano la radio come strumento per diffondere libertà e donare aria fresca a un’Italia spaccata in due.

Sono questi gli anni di “Italia combatte”, sulle frequenze di Radio Bari, la quale svolgerà un ruolo importantissimo in questi anni di transizione tra la fine della guerra e del regime fascista e l’inizio di un nuovo corso. La radio pugliese, infatti, ebbe la possibilità e la capacità di uniformare le diversità spesso contrastanti dell’antifascismo meridionale.

L’anno chiave per quello che sarà il passaggio più importante della storia della radiofonia, ma anche della televisione, italiana è il 1944, anno che vede ripristinate le libertà politiche e consente alcune forme di propaganda ai partiti, il ritorno dei territori liberati sotto l’amministrazione italiana, le emittenti romane tornano a funzionare dopo essere stati cacciati i tedeschi. Anche qui ci fu un attento controllo affinché i commenti politici non si discostassero troppo dalla politica decisa dagli anglo-americani, come si evince dal caso di Radio Napoli, all’interno del quale convissero giornalisti comunisti e socialisti con collaboratori dell’emittente di Monte Dio, che arrivavano dal giornalismo fascista.

Dopo la fine della Seconda guerra mondiale si determinarono in Italia le condizioni per un cambiamento radicale all’interno della radiofonia, essa deve ristrutturarsi, rimodellarsi, partendo dall’apparato organizzativo.

L’EIAR andava ricompattata, bisognava respingere le richieste di autonomia provenienti da varie emittenti, un altro compito fondamentale era quello di limitare fortemente il potere acquisito dalla radio durante la dittatura fascista e riportare la comunicazione a un livello più “umano”, perché la radio negli anni fascisti aveva trasmesso flussi di comunicazione incontrollabili, esaltando in maniera negativa le ragioni della lotta alla liberazione.

Proprio in funzione di questo discorso, i nuovi ruoli che assumeva l’ente concessionario andavano tutti intesi come “servizio” reso alla nazione, in contrapposizione al ruolo che aveva avuto il mezzo radiofonico durante il periodo fascista. Per rafforzare questa volontà nel 1944 venne istituita una Commissione per le attività radiofoniche dell’Italia centro-meridionale, che vedeva in Luigi Rusca il commissario straordinario dell’EIAR.

La gestione amministrativa e i rapporti col potere politico riguardo al controllo sull’attività di radiodiffusione erano più che problematici, sia il Ministero delle poste e telecomunicazioni sia il sottosegretariato per la stampa e l’informazione desideravano fossero affidati a loro i compiti che nel periodo fascista facevano capo al Ministero della cultura popolare. Spataro, sottosegretario per la stampa e l’informazione, quando il Ministero delle poste propose che fosse affidata a essa il controllo sull’azienda di radiodiffusione, scrisse a Bonomi, il quale condivise il punto di vista del sottosegretario e diede mandato all’ufficio di studi e legislazione di preparare uno schema di decreto istitutivo di una Commissione di vigilanza.

In seguito alla creazione di uno schema di decreto relativo alla riorganizzazione della radiodiffusione, nasce nell'ottobre del 1944 la società Radio Audizioni Italia (Rai), che nasce come "organo consultivo per il coordinamento ed il controllo dei programmi radiofonici, presso il sottosegretariato per la stampa e l'informazione".

Rusca mantenne il suo ruolo fino all'aprile del '45 quando venne costituito il primo vero e proprio consiglio di amministrazione della Rai e Armando Rossini divenne il nuovo direttore generale. Cinque giorni dopo tutte le stazioni radiofoniche attive nel settentrione ripresero a funzionare regolarmente sotto il controllo del Comitato di Liberazione Nazionale Alta Italia (CLNAI). La divisione che vede il servizio radiofonico al nord controllato dal CLNAI e del centro-meridione controllato dalla Rai continuò ancora per molti mesi.

Il discorso della comunicazione e dell'informazione ha sempre avuto una forte componente politica e nel nostro paese non è stato diversamente. Alle elezioni del 18 aprile 1948 la stragrande maggioranza degli italiani votò per il partito della Democrazia cristiana, questo infatti rispecchiava nel migliore dei modi il modello ideologico-sociale del nostro paese, un modello retorico-nazionalistico alimentato nell'orizzonte della famiglia piccolo-borghese. Parte fondante di questa vittoria si può riconoscere nell'alleanza con la Chiesa e nella comune gestione dei mezzi d'informazione.

Proprio la Chiesa, infatti, ha sempre giocato un ruolo fondamentale nei processi di informazione, grazie anche alla lungimiranza che essa dimostrò nel cercare di sfruttare la risorsa radiotelevisiva, insieme al cinema, per allargare la base sociale di intervento religioso, culturale e politico. La chiesa riesce ad arrivare a quello strato di popolazione dove invece il fascismo aveva fallito, creando spesso più del regime stesso veri e propri caratteri di massa.

Quindi, anche grazie all'aiuto della Chiesa, il partito democristiano vince le elezioni del 18 aprile 1948, legando il gruppo dirigente della Rai al partito cattolico.

Ci troviamo negli anni della guerra fredda, all'interno della quale la Chiesa dimostra una chiara opposizione al bolscevismo e in Italia ciò si traduce in una accanita ostilità verso le sinistre, più precisamente contro comunisti e socialisti. Questi anni saranno caratterizzati da una radio italiana molto di parte, anche se ridimensionato stiamo parlando dello stesso modello che il fascismo adottava durante gli anni della propaganda. Il partito della Democrazia cristiana e la Chiesa in questi anni creano un modello che i mezzi di informazione, posti sotto il loro controllo, si incaricano di conservare e sviluppare.

Dalle sinistre arrivano continui reclami e mozioni che condannano la faziosità della Rai e del suo giornale radio. Una faziosità innegabile, nel giornale radio del 2 giugno 1950 era stata praticamente ignorata la ricorrenza della nascita della Repubblica, il 10 giugno la radio aveva passato in silenzio

la ricorrenza della morte di Matteotti, il 17 giugno l'appello dell'URSS contro la bomba atomica era stato totalmente ignorato. Venivano inventate notizie, inoltre campionando varie edizioni del giornale radio si era potuto constatare come in un periodo di tempo di due settimane “fossero state passate “126 righe” di trasmissione alla riunione della CISL e nemmeno una riga dell'attività della CIGL”<sup>7</sup>. Ciò che veniva richiesto dalle sinistre alla Rai era di attenersi alla rappresentanza proporzionale delle forze parlamentari.

La sinistra, specialmente il comunismo, trovò nelle radio estere e soprattutto in Radio Praga una valida alleata, in questo modo tentava di proseguire nel suo intento, ovvero nell'informazione clandestina. A modo suo, la sinistra si preparava a possibili svolte ribelli, sovversive.

Il partito comunista e più in generale la sinistra, si rifiutava di approcciarsi ai nuovi media, alla televisione in primis, considerandoli mezzi frivoli, la politica culturale del Pci infatti negli anni '50 riteneva “che [...] la Rai lungi dallo svolgere, attraverso il nuovo mezzo tecnico, una funzione tendente all'elevamento culturale del popolo, allo sviluppo delle sue capacità critiche, all'affinamento della sua sensibilità estetica, cerca all'opposto di estraniare le masse dai problemi concreti della vita nazionale, di ottundere ogni capacità di giudizio, di degradare il gusto, di propagandare, in maniera più o meno velata, l'ideologia della classe dominante.”<sup>8</sup>

Intanto era diventato presidente della Rai Cristiano Ridomi, che condusse in gran segreto il rinnovo della convenzione del 1952. La convenzione aveva un'importanza cruciale, dal punto di vista politico rappresentava un incremento dei vantaggi per la concessionaria, ovvero aumento dei fondi di finanziamento, il monopolio, il controllo solitario veniva rafforzato e in più i controlli sull'attività dell'azienda venivano ridotti di gran lunga.

Questi non saranno gli unici problemi, sempre nel 1952 venne costituita l'ARA, ovvero l'Associazione radioabbonati e ascoltatori, per difendere i diritti del pubblico, le sinistre continuarono nella loro campagna di attacchi al gruppo dirigente Rai, chiedendo delucidazioni sulla concessione dei servizi televisivi, chiedendo di abolire il regime del doppio finanziamento (pubblicità e canone), per non dimenticare le spinte autonome provenienti dalle sedi di Torino, Firenze e Napoli.

Queste richieste da parte delle sedi sopracitate nascono soprattutto dalla volontà di trasferire, o meglio accentrare, la direzione di tutti i programmi a Roma.

A livello di ascolti, nonostante una notevole ripresa rispetto alle perdite avute luogo durante la guerra, l'Italia rimaneva agli ultimi posti in Europa, era necessario un intenso lavoro di espansione della radiofonia in tutta la penisola.

---

<sup>7</sup> Franco Monteleone, 238.

<sup>8</sup> Giandomenico Crapis, *Il frigorifero del cervello*, 25.

Gli “anni d’oro” dell’espansione radiofonica possono essere considerati quelli che vanno dal 1948 al 1952, con incrementi maggiori del 200% di abbonati, il consolidamento finanziario della Rai, l’aumento del canone (che nel 1954 arrivò a 15 mila lire annue). Tutto ciò fu reso possibile da un’attenta politica di contenimento spese, dall’incremento del gettito pubblicitario gestito dalla SIPRA, che entrò insieme alla Rai a far parte del gruppo IRI, diventando così uno dei fiori all’occhiello dell’economia italiana.

Per quanto riguarda invece la programmazione è importante dire che essa rimane distinta, per il Nord e per il Sud, fino al dicembre del 1946, quando si decide di istituire due programmi in onde medie: la rete rossa e la rete azzurra (le odierne Rai Radio 1 e Rai Radio 2). Questa rimane la suddivisione in programmi fino al 1951, quando venne attuata la distinzione in programma nazionale (ex rete rossa), secondo programma (ex rete azzurra) e terzo programma, istituito l’anno precedente. Questa suddivisione viene messa in atto per assecondare le esigenze del pubblico; infatti, i tre programmi risponderanno a esigenze di ascolto del pubblico differenti: il programma nazionale si rivolgerà a un pubblico medio con notizie italiane ed estere, avvenimenti politici e quant’altro, il secondo programma avrà una caratura più ludica, ricreativa, mentre il terzo sarà improntato sulla cultura.

La dirigenza Rai si impegnò al massimo per cercare di comprendere le sfaccettature e i gradimenti del pubblico, in modo da offrire un servizio ampio e variegato, e funzionò: dal 1946 in poi gli abbonamenti salirono al ritmo di mezzo milione l’anno fino ad arrivare tra il 1950 e il 1953 quando il numero di abbonamenti si stabilizzò verso i 4 milioni e mezzo.<sup>9</sup>

Volgendo lo sguardo alla programmazione vera e propria notiamo come le preferenze per la musica leggera sfociarono nel Festival di Sanremo, istituito per la prima volta nel 1951 e vinto da Nilla Pizzi con “Grazie dei fiori”. Ciò che appare davvero evidente però è l’attenzione verso il pubblico giovanile, con programmi ludici ma anche altri più formativi, da qui il progetto “La radio per le scuole” istituito nel 1947 e volto a colmare le lacune culturali e le curiosità di chi non poteva permettersi nemmeno di acquistare i libri scolastici. Menzione d’onore in questo caso merita il programma “Motoperpetuo”.

Numerosi programmi di successo si ebbero anche nello spettacolo leggero come “Cico e Pallina” scritto da Federico Fellini, che consisteva in una serie di radioscene, altro programma che divenne apprezzatissimo, nonostante inizialmente fosse uno sconosciuto, fu “Vi parla Alberto Sordi”. Per ampliare maggiormente il pubblico si realizzò una nuova rubrica “Voci dal mondo”, con l’inconfondibile speaker Guido Notari, e trattava temi come politica, sport, costume.

---

<sup>9</sup> Franco Monteleone, 250

Se è vero che il terzo programma rispondeva alle esigenze di un pubblico più di nicchia, è anche vero che l'obiettivo di fare della Rai una vera e propria fonte di cultura e insegnamento viene perseguito anche dai primi due programmi, con appunti quali "L'Accademia della radio" e "Al caffè si discute" con ospiti del calibro di Paolo Stoppa, Vittorio De Sica, Alberto Moravia e tanti altri.

Col passare del tempo si notò sempre più la preparazione e l'efficienza della scuola di giornalismo radiofonico nata negli anni Trenta, ciò ebbe riscontro durante l'alluvione del Polesine nel novembre del 1951, quando attraverso inappuntabili servizi e collegamenti la Rai assicurò una copertura continua dell'evento.

Si potrebbero citare altri mille programmi come "Il motivo in maschera" condotto dal mitico Mike Bongiorno, "Il microfono è vostro" che fece diventare famoso lo slogan "Miei cari amici vicini e lontani, buonasera; buonasera ovunque voi siate!"<sup>10</sup>, il nuovo giornale orario del secondo programma che prese il nome di Radiosera<sup>11</sup>, "La palla è rotonda", "Rosso e Nero", il più famoso programma leggero del dopoguerra, e tantissimi altri, ma ciò che conta è capire che finalmente la radio italiana stava iniziando ad occupare il posto che meritava e aveva ormai creato una solida base di pubblico, con un'ampia scelta di programmi e di generi differenti.

Era tutto pronto per l'inizio di un'epoca nuova, un'epoca fatta di immagini, non più solo di suoni. Un'epoca che stava per rivoluzionare la vita di milioni di italiani e non solo, un'epoca che stava per dare alla luce la Radiotelevisione Italiana.

---

<sup>10</sup> Ivi, 262

<sup>11</sup> Storia della radio. *La storia della radio dal 1949 al 1960*. storiadellaradio.rai.it, 12 marzo 2012  
[http://www.storiadellaradio.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-117dd806-169c-49ce-958c-39efa84bf6af.html?refresh\\_ce](http://www.storiadellaradio.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-117dd806-169c-49ce-958c-39efa84bf6af.html?refresh_ce).

## CAPITOLO SECONDO: LA RADIOTELEVISIONE ITALIANA

### 2.1 L'AVVIO DELLE TRASMISSIONI TELEVISIVE

Quando si parla di televisione è necessario fare un salto indietro nel tempo rispetto agli anni di ampliamento della rete radiofonica italiana di cui si è parlato nel finale del capitolo precedente. È vero che la Rai assume la definizione di Radiotelevisione italiana solo dal 10 aprile del 1954, ma i primi esperimenti riguardanti la televisione sono datati all'inizio del secolo scorso, quando Lee De Forest inventò l'Audion, una valvola che sta alla base del processo di funzionamento della televisione, ma anche della radio stessa.<sup>12</sup> Mentre per quanto riguarda il primo servizio televisivo regolare, la Gran Bretagna lo annunciò il 2 novembre 1936, ben 18 anni prima rispetto al Belpaese. In Italia durante gli anni Trenta la televisione era ancora un progetto in evoluzione, con qualche piccola dimostrazione che teneva però tutti con gli occhi esterrefatti di fronte a quella scatola magica, capace di riportare un fatto, un evento, non più solo sotto forma di suono ma riproducendo un'immagine.

Al tempo era naturalmente l'EIAR ad occuparsene, la prima dimostrazione vera e propria si ebbe durante la "Mostra nazionale della Radio", nel settembre 1932, e successivamente alla "Mostra di Leonardo e delle Invenzioni".<sup>13</sup>

Il primo, embrionale, inizio di trasmissioni nella nostra penisola è da datare nel dicembre del 1938, quando l'EIAR le riproduce, a Roma nelle zone limitrofe di Monte Mario, dove venivano registrate. Le trasmissioni sono coordinate da Alfredo Sernicoli<sup>14</sup> e inizialmente sono rudimentali numeri musicali, interviste sportivi, dizione di versi, esibizioni. Nella prima ricerca di indirizzo creativo la televisione viene concepita come "radio che si può vedere e cinema domestico"<sup>15</sup>

Gli esperimenti si susseguono incessanti ma lo scoppio della Seconda guerra mondiale ne frena l'ascesa, solo dopo la fine del conflitto si tornerà a sperimentare le grandissime innovazioni che la televisione stava portando. Ciò accade precisamente tra il 1947 e il 1949, quando, da lì a pochi anni, verrà messo a punto il primo servizio televisivo circolare. Inizialmente ci si serve di ricetrasmittitori americani, con varie esposizioni nelle solite Torino e Milano, soprattutto il capoluogo piemontese sarà palcoscenico di ottime dimostrazioni con la regista Alda Grimaldi, per lasciare poi il testimone alle più attrezzate sedi Rai di Milano, che inizieranno a produrre la maggior parte delle trasmissioni sperimentali.

---

<sup>12</sup> Enrico Menduni, *Televisione e radio nel XXI secolo*, 7.

<sup>13</sup> Irene Piazzoni, *Storia delle televisioni in Italia*, 17.

<sup>14</sup> Direttore artistico e produttivo dell'EIAR, al tempo.

<sup>15</sup> Irene Piazzoni, 21.



Il democristiano Spataro coglie nel pubblico che si interessa alla televisione, non solo le classi intellettuali e quelle di studiosi, ma vede una partecipazione anche popolare e penserà, come nel passato, a un programma non solo ricreativo ma anche informativo e educativo.

Milano e Torino continuano a essere il fulcro dei primi anni di vita della televisione italiana e nel 1952, più precisamente dal 12 al 27 aprile <sup>16</sup>, parte un piccolo ciclo di trasmissioni sperimentali, della durata di circa sei ore al giorno. Il 9 settembre dello stesso anno viene addirittura trasmesso il primo telegiornale nella storia della televisione italiana. L'annunciatrice è Fulvia Colombo, a gestire le operazioni di regia basti ricordare dei giovanissimi Guglielmo Morandi e Vito Molinari. In più possiamo ricordare figure di spicco presenti quel giorno come Nino Manfredi, Febo Conti, Elda Lanza.

A partire dall'anno successivo venne potenziata l'attività sperimentale, con un'attenta analisi delle preferenze del pubblico di modo da poter studiare una programmazione che accontentasse una fetta sempre maggiore di popolazione (cercando di comprendere non solo i programmi più graditi ma anche le fasce orarie in cui trasmetterli per avere un bacino d'utenza maggiore).

Con il funzionamento dello studio di Roma, il collegamento di esso con lo studio di Milano e la costruzione anticipata di altri trasmettitori nelle zone di Portofino e Firenze, all'incirca, era tutto pronto per l'inaugurazione del servizio televisivo italiano.

Perché si parla di costruzione anticipata? Dopo la guerra e vista la difficoltà nel creare una rete unitaria sia radiofonica che televisiva l'Italia risultava "spezzettata" in più gruppi: il primo, quello del Nord con le stazioni di Torino e Milano, il secondo, Roma e Firenze per intenderci, e il terzo, quello del meridione. Nella convenzione era scritto che il funzionamento e l'inizio dell'attività dei trasmettitori del primo gruppo sarebbe avvenuta indipendentemente dal funzionamento degli altri, creando, perlomeno inizialmente, due programmi diversi, uno per Milano e Torino e uno per Roma. Il costo sarebbe stato troppo elevato per le finanze del tempo e soprattutto la televisione italiana avrebbe perso quel carattere di nazionalità, che qualsiasi parte coinvolta nella vicenda ci teneva invece a sottolineare.

Fatto sta che nel giro di un paio d'anni la rete televisiva venne allargata a tutto il Centro Italia e nel 1955 arrivò in Campania per poi "toccare", l'anno successivo, anche la Sicilia.

Come specificato anche nel capitolo precedente, la Rai assume la denominazione di Radiotelevisione Italiana a partire dal 10 aprile 1954. Se la Rai intesa come impresa radiofonica era collegata per la maggior parte all'industria elettrica e radioelettrica, ora invece essa assume un ruolo del tutto diverso: nonostante non sia questo il momento di massima espansione e di attenzione verso la televisione e gli abbonamenti a essa, si presenta comunque con una situazione economica molto

---

<sup>16</sup> Franco Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, 273.

solida, è guidata dal gruppo IRI ed è diventata un punto di riferimento, capace di spostare anche gli equilibri economici del paese. Grande merito della nascita della televisione è quello di aver alleggerito il carico che versava sul settore agricolo, spostandone un po' su quello industriale. In questi anni avvenne infatti una grande espansione industriale in Italia, con incrementi nel settore elettromeccanico, della gomma e naturalmente dell'elettronica e dell'elettromeccanica.

La televisione continua nella sua scalata, nella sua ascesa, nel giro di pochi anni si registra un aumento incredibile degli abbonamenti, passando dagli 88.000 del 1954 ai 600.000 del 1957<sup>17</sup>, creando una forte presenza di audience nei bar, si parla addirittura di ben 42.822 locali forniti di televisore<sup>18</sup>. All'interno dei bar il numero di abbonamenti non cresce in modo così vertiginoso come abbiamo visto dai dati sopracitati, ma ciò che conta è che essi diventano un luogo di ritrovo dove assistere ai programmi televisivi, sarebbe quindi errato soffermarsi sui semplici numeri degli abbonamenti, perché significherebbe sottostimare il numero reale di occhi fissi sullo schermo.

I programmi partono quindi così, seguendo sicuramente un ordine ma mancanti di un palinsesto vero e proprio, nasce quindi, dopo poche settimane dall'inizio delle trasmissioni, il Servizio Opinioni, con la duplice funzione di ricerca sul pubblico radiofonico e televisivo e di fornire dati standard e dati su richiesta.

I metodi utilizzati per far conoscere il nuovo mezzo di comunicazione e diffonderne l'uso sono all'incirca gli stessi metodi utilizzati per la radio nel dopoguerra, in particolare sono le cosiddette "telesquadre" a farsi carico di questo compito, arrivando in quei paesi più remoti, organizzando piccoli spettacoli prendendo quelli che sarebbero gli attori in mezzo al pubblico.

Procede tutto secondo i piani, il terreno è fertile, pronto per coltivare tanti programmi di successo e invogliare un pubblico sempre più curioso a divertirsi e a rimanere ammaliato di fronte a quel piccolo schermo. È proprio in questo clima che il programma "Lascia o raddoppia?", condotto dall'immenso Mike Bongiorno inizialmente il sabato poi spostato al giovedì per le ire degli esercenti cinematografici che vedevano languire il botteghino, crea il caos più totale.

Gli abbonamenti crescono all'impazzata, dai 360.000 del 1956 si arriva al milione e mezzo nel 1959, un anno dopo vengono superati addirittura i due milioni.

Anche nel meridione, dove, come si è visto in precedenza, la televisione giunge tre anni più tardi rispetto alla zona nord del paese e fino a quel momento rimaneva una terra incentrata sulla radiofonia, la televisione brucia le tappe, superando in dati assoluti le percentuali di zone come il Piemonte, pioniere del nuovo mezzo di comunicazione.

---

<sup>17</sup> Ivi, 277.

<sup>18</sup> Irene Piazzoni, 46.

Il programma televisivo strutturato a quiz, con il concorrente che aveva appunto la possibilità di lasciare il gioco a un determinato prezzo oppure raddoppiare la posta in palio ma rischiando di perdere tutto, diventò un vero e proprio appuntamento settimanale ma generò due opposte fazioni: chi lo adorava e chi lo condannava.

Che la televisione non fosse nata coi favori di tutte le classi sociali era palese ed è stato chiarito più volte, ma in questo caso vere e proprie schiere di politici, intellettuali, si scagliarono contro il programma che, guardando l'altro palmo della mano, faceva invece impazzire milioni di persone. Fu questo il programma col quale tutta Italia conobbe veramente la televisione, un po' per il fatto che andò in onda dal novembre del 1955 quindi si può considerare il primo vero e proprio programma seguito settimanalmente dalla quasi interezza degli abbonati, un po' per i motivi sopracitati, riguardanti quindi le polemiche che causò.

Se già la televisione non era vista di buon occhio dagli ambienti benpensanti perché accusata di essere "il prodotto di una Italia inferiore, l'ennesima riprova che il nostro era un paese di serie B"<sup>19</sup>, a proseguire nella lotta alla televisione ci pensò il Partito Comunista Italiano (PCI), che riteneva il programma pericoloso, in grado di generare effetti perversi, per il supplizio mentale che veniva esercitato sui concorrenti, i quali venivano ingannati e abbagliati di fronte alle possibilità di vincita magari poi non realizzate<sup>20</sup>.

Questa forte protesta comunista deriva non tanto da un'avversione motivata nei confronti del televisore, ma in gran parte dal fatto che la dirigenza della Rai consisteva di una forte impronta democristiana, sarà proprio questo il dualismo, infatti, che contrassegnerà la "lotta della televisione", che si protrarrà per quasi un ventennio.

Il grande merito che va dato alle forze cattoliche è quello, al contrario della controparte di sinistra, di aver concepito da subito il potenziale che la televisione poteva avere. Le sinistre lo connotarono da subito come un mezzo di classe, di bassa classe, non compresero che la cultura di massa ha bisogno di mezzi di diffusione per essere attuata, la radio e la televisione ne sono i due più grandi esempi.

L'avvio delle trasmissioni televisive rappresenta quel tassello fondamentale che permette agli italiani di avere un punto di riferimento nazionale e collettivo, permette anche ai "contadini di montagna anche decrepiti di scendere giù per viottoli scoscesi, magari sotto la pioggia, portandosi dietro la sedia per poter assistere a uno spettacolo televisivo"<sup>21</sup> " "<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> Enrico Menduni, *Il frigorifero del cervello*, 28.

<sup>20</sup> Cfr. S. Tutino, *Il vizio segreto della televisione*, in *Vie nuove*, n. 9, 26/2/1956

<sup>21</sup> *Lascia o raddoppia?* ndr.

<sup>22</sup> M. Calamandrei, *la città in campagna*, in "L'Espresso", 25 gennaio 1959.

Inoltre, la strutturazione dell'ascolto favoriva l'integrazione, dalle 17.30 alle 19 il televisore si concentrava sulle fasce d'età giovani della popolazione, mentre dalle 20.45 fino alle 23 il pubblico saliva d'età. La domenica come di consueto si apriva con le trasmissioni religiose e la sera veniva sospeso il telegiornale, che divenne davvero quotidiano solo dal 1956.

Sempre nel 1956 Marcello Rodinò successe a Filiberto Guala nel ruolo di amministratore delegato. Guala era il manager che aveva intrapreso un po' quello che si può considerare il battesimo del fenomeno televisivo in Italia, di grande spirito cattolico, si dimise perché si accorse che la matrice religiosa era stata sufficiente per lanciare il prodotto televisivo ma ora servono tutt'altri mezzi e criteri per gestirla. La nomina di Rodinò andava proprio in questo senso: sotto la sua guida, durata ben nove anni, la Rai visse la stagione più fulgida della sua esistenza, perché, come è stato specificato, il numero di abbonamenti in questo periodo salì, ma non solo, ci fu una grande espansione della pubblicità, nacquero nuovi centri di produzione, in primis quello di via Teulada a Roma, e diminuì il costo del canone (arrivato a costare 12 mila lire nel 1961).

E la radio? Che cosa fa mentre l'Italia si appresta ad accendere la televisione per la prima volta?

La radio non è morta, anzi. Bisogna ben tenere a mente che la televisione arriva a Napoli nel 1956, e nel resto del meridione addirittura nel 1957. Inoltre, se nel 1958 la televisione conta quasi un milione e mezzo di abitanti, la radio tocca i 7 milioni.

Il mezzo radiofonico ha alle spalle trenta anni di ascolto, l'abitudine al suo utilizzo è molto più diffuso, il pubblico è affezionato ai suoi programmi e alle sue innovazioni.

Naturalmente con l'avvento della televisione il suo ascolto inizia a calare, tant'è che viene strutturata una rivisitazione dei tre programmi dell'offerta radiofonica: come al solito il programma nazionale si specializza in informazione e nell'ascolto di musica, il secondo programma (il più ascoltato) punta forte sulle sue trasmissioni migliori, "Meridiana" e "Terza Pagina", e così via. Un merito della radio è di riscoprire in questi anni la "diretta", ritorna un po' la radio intesa come "teatrino domestico" che accompagna la vita di numerosi lavoratori.

Insomma, sia la televisione che la radio entrano a far parte della vita di milioni di italiani, permettendo al pubblico di usufruire di un servizio sempre più all'avanguardia, tra i migliori in Europa. Inizia così ad aprirsi la grande stagione della Rai in Italia.

## **2.2 I CANALI TRADIZIONALI**

I canali tradizionali rappresentano le fondamenta vere e proprie della radio e della televisione italiana.

I principali canali della radio, come detto in precedenza, si dividevano inizialmente in rete rossa e rete azzurra, fino al 1950 quando si decise di istituire il terzo programma, suddividendoli in programma nazionale, secondo programma e, appunto, terzo programma.

Per quanto riguarda la televisione però esiste un solo canale e debuttò ufficialmente il 3 gennaio del 1954 e il primo programma televisivo in assoluto fu “Arrivi e partenze” condotto da Mike Bongiorno e Armando Pizzo. Il programma consisteva in piccole interviste a personaggi stranieri di passaggio a Roma, si decise di affidarla al giovanissimo italo-americano Mike Bongiorno dato il suo lavoro da interprete che svolgeva dopo il suo arrivo in Italia. Un aneddoto che fa riferimento a questo programma e che riguarda Mike Bongiorno è l’intervista che quest’ultimo fece, all’interno del programma, a Giulio Andreotti senza però sapere troppo bene chi avesse davanti.

L’anno successivo invece vennero trasmessi in eurovisione i VII Giochi Invernali di Cortina d’Ampezzo.

Per arrivare ad avere un palinsesto vero e proprio bisognerà attendere il 1958. Solo allora venne organizzata una reale offerta che comprendeva la possibilità per tutte le fasce d’età di assistere a dei programmi che potessero interessare loro.

Il palinsesto doveva sottostare ai ritmi della giornata lavorativa, doveva essere di facile lettura e, naturalmente, in linea con l’impostazione della vita cattolica: la domenica al mattino, infatti, veniva sempre proposto un programma religioso, mentre nel resto della settimana si trasmetteva dalle 17 alle 23.30, suddividendo le fasce orarie in modo tale che dalle 17 alle 18 ci fosse la “Tv dei ragazzi”, poi “Ritorno a casa” e infine, dalle 22.30, “Ribalta accesa”.

All’interno poi della “Tv dei ragazzi” si potevano riscontrare ulteriori articolazioni in fasce d’età ma anche e soprattutto di genere, solo ai bambini venivano concessi programmi di “pura evasione”<sup>23</sup>, e tutti rimanevano sottostanti ai valori morali della Chiesa cattolica. La fascia d’età della “Tv dei ragazzi rimase invariata fino alla riforma del 1975, perché si riteneva che la mescolanza di evidenti obiettivi pedagogici e una sorta di divertimento fossero un mix perfetto. Per le ragazze sono famosi i programmi “Il diario di Giulietta”, “Buon Viaggio”, “Anni Verdi” con alla conduzione Enza Sampò<sup>24</sup>. Per i ragazzi invece basti pensare a “Non interrompeteci!”, condotto da Giovanni Mosca, o al settimanale “Orizzonte” incentrato su scienza, sport, geografia. L’offerta per i più piccoli era anch’essa molto variegata, si passava da “Macarietto scolaro perfetto” a spettacoli di marionette e fiabe sceneggiate, molte nate dal genio creativo del trio composto da Maria Perego, Federico Cladura e Guido Stagnaro. Non mancano poi riprese di spettacoli per ragazzi e romanzi sceneggiati.

---

<sup>23</sup> Franco Monteleone, 308.

<sup>24</sup> Conduttrice storica della Rai che negli anni lavorerà insieme a conduttori del calibro di Febo Conti e Mike Bongiorno.

Uno dei programmi maggiormente apprezzati e che incarna perfettamente lo spirito con cui la Rai voleva impennare il pubblico dei ragazzi fu “Lo Zecchino d’oro”, presentato per la prima volta dallo storico Cino Tortorella, che diede i natali a neonato programma svoltosi per la prima volta nel 1959, e che fece nascere personaggi come il Mago Zurli, interpretato dallo stesso Tortorella, e Topo Gigio, nato dal genio del trio, sopracitato, Perego, Cladura, Stagnaro.

Nel frattempo, dal censimento del 1951 emergono dati preoccupanti: solo il 59% degli italiani ha concluso le elementari, 13 milioni di persone non possiedono minimamente un titolo di studio, e di questi ben 5 milioni e mezzo sono analfabeti; solo l’1% della popolazione è laureata e solo 5,9% possiede una licenza di scuola media <sup>25</sup>.

Questo è il momento perfetto per far sì che la televisione assolva a quel compito che è sempre stato uno dei fiori all’occhiello della volontà della radio prima e della televisione poi: istruire la popolazione, dare la possibilità a quello strato di popolazione che, per impossibilità o per qualsiasi altro motivo, non era in possesso di un’adeguata istruzione.

Fu così che, prima con un esperimento pilota andato a buon fine nel 1955 e poi ufficialmente istituito nel 1958, nacque “Telescuola”, che si proponeva di riportare in carreggiata tutti coloro che erano fermi all’istruzione elementare, attraverso un corso regolare della scuola di avviamento professionale della durata di tre anni.

Questo programma è in linea con la volontà governativa di diffusione dell’istruzione e registra importanti numeri, nel 1960 “Telescuola” fa registrare 687 ore di lezione e gli iscritti sono all’incirca 100.000. Solo una cosa manca davvero a questo programma, degli insegnanti capaci di comunicare abilmente e in modo spigliato.

Fu proprio per questo che emerse la figura del “maestro” Alberto Manzi con il suo “Non è mai troppo tardi”. Manzi superò una lunghissima selezione, che gli valse la fortuna (e il merito) di entrare a far parte dell’immaginario collettivo di tantissimi italiani, fino ad essere ricordato ancora oggi. Il programma dal canto suo era davvero ben strutturato, venne ripreso in 72 paesi e vinse persino il premio Unesco come miglior programma per la lotta all’analfabetismo.

Molto ricca anche l’offerta di teatro proposta dalla Rai, per citarne uno, in occasione dell’Amleto interpretato da Vittorio Gassman la televisione decise di metterlo alla portata del pubblico anche nel più remoto bar di provincia, tra l’esaltazione della critica.

Prende campo, pian piano, il genere dello sceneggiato, il primo a lasciare un’impronta fu “Il dottor Antonio”, dall’omonimo romanzo di Giovanni Ruffini, mentre poi si succedettero nel tempo molti altri romanzi capolavoro come “Cime tempestose”, “Piccole donne” e tanti altri.

---

<sup>25</sup> Irene Piazzoni, 33.

Ma una vera e propria pietra miliare della televisione italiana, che ci accompagna ancora oggi, è il telegiornale. In questi anni le ore di trasmissione del telegiornale passano dalle 228 del 1956 alle 878 del 1958 <sup>26</sup>, col tempo i servizi iniziano a essere sempre migliori grazie agli accordi per lo scambio internazionale di filmati, l'aumento delle dirette e anche dei corrispondenti, aumentando quindi il bacino di notizie da riportare.

Grazie all'avvio delle trasmissioni sul programma nazionale si aprono le porte a un nuovo tipo di giornalismo, il giornalismo televisivo, e proprio grazie a questa nuova ramificazione del giornalismo nascono i più svariati programmi e servizi come "Il punto della settimana", che parte dal 1956 e si tratta di un gruppo di giornalisti che commentano le notizie più importanti. È il periodo anche dei reportage all'estero, come "I Viaggi del giornale" o "Quinto continente".

I programmi più apprezzati e con più seguito sono sicuramente quelli di Mario Soldati, per citarne alcuni: "Viaggio nella valle del Po alla ricerca dei cibi genuini" o "La cortina di vetro", per non dimenticare "La donna che lavora".

Impossibile poi non citare lo sport, che da sempre lega milioni di italiani. Anche qui la televisione dimostra quanto essa sia un elemento di coesione sociale, perché le vendite dell'apparecchio televisivo aumentano proprio in concomitanza con eventi come i Mondiali di calcio del 1954 e del 1958, delle stesse Olimpiadi invernali di Cortina, anch'esse del 1958 e delle Olimpiadi di Roma del 1960. Caso curioso fu la diatriba con le squadre del campionato italiano di calcio che si opposero fermamente alla ripresa delle partite, permettendo di far vedere solo il secondo tempo.

Un appuntamento divenuto celebre e che ancora oggi continua a intrattenere tutta Italia è "La domenica sportiva", con filmati e interviste della giornata di campionato, presentata ogni volta da un conduttore diverso.

Oltre ai successi dello sport, i programmi che registrano maggiore successo sono quelli di intrattenimento, come "Antologia del buonumore", mandato in onda nel 1954 diventando uno dei primissimi programmi di intrattenimento.

Diventeranno poi famosi altri programmi come "Un, due, tre", che sopravvivrà fino al 1959 e vide nascere al suo interno il duo mitico duo comico rappresentato da Ugo Tognazzi e Raimondo Vianello, ma anche le prime edizioni di "Canzonissima".

A farla da padrone però sono i quiz, in primis "Lascia o raddoppia?", di cui abbiamo già parlato. Ciò che non abbiamo detto però di questo gioco televisivo è che, nonostante l'importanza ricoperta nel corso degli anni '50, ma anche più in generale nella totalità della storia della televisione per

---

<sup>26</sup> Ivi, 38.

essere il progenitore di qualsiasi quiz o gioco televisivo, ne siano conservate integralmente soltanto tre puntate <sup>27</sup>.

Successivamente a “Lascia o raddoppia?” prenderanno campo altri giochi, anch’essi entrati nella storia della televisione italiana, come “Telematch”, nel quale viene fatto partecipare ogni volta un paese di provincia diverso (oltre al concorrente in studio) e “Il Musicchiere”, che rappresenta un po’ la rivale degli studi romani rispetto ai successi di quelli di Milano, presentato da Mario Riva.

Una grande novità della televisione era la sua poliedricità, sapeva essere (e fare) allo stesso tempo più cose: informava, intratteneva, portava opinioni di esperti, stimolava le novità e creava grande consenso. Ma ciò che più la distingueva da qualsiasi altro mezzo di comunicazione o media era la sua capacità di allacciare la propria proposta culturale con il messaggio pubblicitario, rappresentato dal “Carosello”. Esso rappresentò la formula pubblicitaria del “racconto breve” <sup>28</sup>.

Il “Carosello” racchiude dentro al suo interno il costume familiare di un’Italia ancora profondamente provinciale e una proposta televisiva che irrompe nella società scompaginando il sistema di riferimento nazionale.

Venne definito come “cassa integrazione” per registi in difficoltà ma fu molto di più, il “Carosello” redistribuì una sorta di normalizzazione del divo, che per un paio di minuti tornava ad essere una persona normale come tante altre, e scandì anche il ritmo della vita degli italiani, specialmente dei più piccoli: è famosa, infatti, la frase “e dopo il Carosello, tutti a nanna!”.

A renderlo ancora più iconico fu la partecipazione, per quanto riguarda la regia, di fenomeni della cinepresa come Dino Risi, Pupi Avati e Sergio Leone, mentre per quanto concerne l’aspetto teatrale, non si possono dimenticare i grandi Dario Fo e Totò, tra gli altri.

Prima che venisse creato un secondo programma bisognerà aspettare ben sette anni dall’avvio delle trasmissioni televisive, più precisamente il 4 novembre 1961 quando venne istituito il Secondo canale (inizialmente limitato solo ad alcune regioni e con non più di due ore giornaliere).

Il Secondo canale nasce per esigenze diverse: innanzitutto per raggiungere un pubblico sempre più ampio e con gusti eterogenei, per sperimentare tipologie nuove di programmi e giovani leve, per rafforzare l’organigramma e favorire nuove assunzioni e per togliere risorse al privato. Sì, perché nel frattempo in Italia, dati alcuni malumori provenienti da Milano per non essere un punto eminente ed egemone soprattutto, iniziano ad avanzare delle proposte di società televisive private. Possiamo ricordarne alcune come il Centro milanese cinetelevisione o anche Televisione Libera.

Il Secondo canale nell’idea di molti dovrebbe nascere come un canale di alto profilo, un po’ come il terzo programma radiofonico, ma la dirigenza Rai la pensa diversamente. Il pubblico è troppo vasto

---

<sup>27</sup> Barbara Scaramucci, Guido Del Pino, *Come si documenta la tv*, Roma 2006, 11.

<sup>28</sup> Due minuti di spettacolo e un rapido advertising.



e il suo livello culturale non si sposerebbe bene con un canale di nicchia, inoltre il costo della produzione non sarebbe sostenibile.

In questo momento a capo della dirigenza Rai si trova Bernabei, un giornalista facente parte della sinistra fanfaniana, che guardando al modello di stampa inglese: dare al lettore “tutto su tutti i fatti della vita, anche se questo lettore disponga di un vocabolario limitato a trecento parole”<sup>29</sup>.

La dirigenza del Secondo canale venne affidata al critico letterario Antonio Romanò e come vice Pier Emilio Gennarini, i quali studieranno un palinsesto complementare al primo, in poche parole i programmi più seguiti andranno sul canale Nazionale mentre quelli più eterodossi o sperimentali vedranno la luce sul Secondo.

Il terzo canale nasce invece a seguito della riforma della Rai del 1975, la quale oltre a dare il la appunto per una terza rete per dare voce maggiormente alle istanze locali e regionali, diede il via libera per le emittenti private via cavo, laddove il bacino d’utenza non superasse le 150.000 unità, ma anche la riproduzione di televisioni straniere, rigorosamente senza pubblicità.

Per quanto riguarda gli importanti aspetti politici che ne scaturivano essi si possono racchiudere in due punti principali: la riconferma del monopolio dello Stato sulle trasmissioni radiotelevisive e il passaggio del controllo del servizio pubblico e della società concessionaria dalle mani del Governo a quelle del Parlamento.

Il fatto positivo della nascita di questa terza rete fu il pluralismo che si sarebbe dovuto esprimere all’interno della Rai: gli effetti politici della riforma, infatti, avrebbero dovuto portare le odierne Rai1 e Radio2 sotto l’influenza democristiana, quelle che oggi chiameremmo Rai2 e Radio1 sarebbero state di influenza socialista, mentre la nuova terza rete di stampo comunista, mentre il terzo programma radio avrebbe mantenuto una connotazione laica.

La costituzione del terzo canale rispecchiò solo in parte le premesse con le quali vide la luce, ovvero una partecipazione alla gestione della Rai; infatti, essa sarà una rete “a carattere nazionale, idonea anche ad una separata e contemporanea utilizzazione per diffusione in ambito regionale” come recitato nell’articolo 17. Tuttavia, essa finirà per sottostare agli imperativi delle dinamiche politiche e nazionali. Il partito comunista che tanto aveva spinto e appoggiato la riforma ora si sentiva scippata di quanto aveva auspicato, tant’è che si coniò il termine “riforma tradita”<sup>30</sup>

Questa rete al momento raggiunge solo il 45% circa degli italiani e consta di una programmazione di 6 ore ogni giorno. A parte “Il processo del lunedì”, condotto da Aldo Biscardi, i programmi della terza rete non cattura l’interesse della popolazione, è un palinsesto vecchio, incentrato su opere liriche, vecchi film e un’informazione al limite dell’improvvisazione. In questo periodo avviene lo

---

<sup>29</sup> Irene piazzoni, 71.

<sup>30</sup> Enrico Menduni, 105.

“sdoppiamento” del TG, che se fino a quel momento era composto da un’unica testata che produceva bollettini sia per il Programma Nazionale che per il Secondo canale, ora si divide in due testate differenti, TG1 (in onda alle ore 20) per il primo canale e TG2 (in onda alle 20.30 prima, e successivamente dalle 19.45)<sup>31</sup> per il secondo. Il TG della terza rete invece fatica a stare al passo con gli altri due, stentando a trovare una propria identità. L’azienda, che fino a questo momento era stata tenuta ben salda dal controllo accentrato di Bernabei, venne suddivisa in numeri centri operativi, inoltre si predispose l’autonomia della produzione e della programmazione delle reti televisive TV1 e TV2, delle testate giornalistiche televisive TG1 e TG2, delle reti radiofoniche Radiouno, Radiodue e Radiotre e, soprattutto, di una nuova struttura centrale volta a creare nuovi programmi pedagogici, il Dipartimento scuola educazione.

Per fare chiarezza sulle denominazioni dei vari canali bisogna innanzitutto partire dal principio quando esisteva il solo Programma Nazionale. Successivamente venne istituito il Secondo programma e con la riforma del 1975, nei mesi a seguire, cambiarono denominazione in Rete 1 e Rete 2, con l’aggiunta appunto del terzo canale, Rete 3 (anche dette TV1, TV2 e TV3).

I tre canali tradizionali cambiarono il loro nome come li conosciamo oggi solo in seguito, nel 1983, visto che la Rai, avendo perso il monopolio per la televisione, aveva dovuto cedere il passo alle televisioni private, tra le quali era nata Rete 4. Per distaccarsi da questa televisione privata, si decise di sostituire “Rete” con “Rai”, facendo nascere le odierne Rai 1, Rai 2 e Rai 3.

### **2.3 L’ALLUNAGGIO, LA VOCE DI TITO STAGNO CI PORTA SULLA LUNA**

Nel corso della storia, ogni scoperta, ogni viaggio, ogni esplorazione ha rappresentato e continua a rappresentare una pietra che va ad aggiungersi al grande progetto della storia dell’uomo. Pensiamo ai grandi avvenimenti della storia, la scoperta dell’America, la Rivoluzione francese, la costruzione delle piramidi. Molte di queste sono raccontate per filo e per segno su manoscritti e trasmesse oralmente nel corso degli anni, dei secoli. Ma cosa sarebbe stato se oltre a quelle frasi scritte avessimo potuto sentire i suoni o vedere le immagini di quegli avvenimenti? Ciò che la televisione ha fatto, rivoluzionando la storia, è un qualcosa di ineguagliabile, ha dato un’immagine e un suono a pagine di storia che rimarranno impresse per sempre all’interno di uno schermo, sollevando l’uomo dal compito di riportare, dettaglio per dettaglio, un preciso avvenimento o un fatto storico. L’allunaggio incarna perfettamente le caratteristiche di cui si è parlato.

Per il grandissimo evento la Rai diede prova della sua organizzazione e della sua grandezza, anche dovuta in parte al monopolio che di fatto ancora esercitava sul servizio televisivo, conducendo una

---

<sup>31</sup> Franco Monteleone, 399.

diretta di ben 30 ore, poi rinominata e intitolata “25 ore sulla Luna”, durante le quali ci fu una cronaca continua e approfondita del viaggio che i tre astronauti, Buzz Aldrin, Michael Collins e Neil Armstrong.

Come sede della diretta si scelse lo storico e importantissimo studio di via Teulada a Roma, che si iniziò a riempire ben dieci ore prima della diretta <sup>32</sup>, e per rendere il servizio il più accurato e preciso possibile si scelsero cronisti e giornalisti di una certa preparazione in merito. Infatti, i conduttori all’interno dello studio romano furono Andrea Barbato, Tito Stagno, Lello Bersani e Piero Forcella; quest’ultimo fu un giornalista per la Rai a partire dagli anni Sessanta, ma in precedenza si era laureato in fisica quindi durante la sua carriera giornalistica si occupò prevalentemente di tematiche scientifiche e più nello specifico di imprese spaziali, dopo la missione Apollo 11 infatti si occupò di seguire i primi voli dello Space Shuttle e la Missione Giotto, riguardante la cometa di Halley.

Riguardo Tito Stagno invece possiamo dire che si guadagnò i meriti per far sì che gli venisse affidato questo servizio: da sempre un professionista esemplare ma in questa occasione gli va dato merito soprattutto per la lungimiranza con la quale fiutò che qualcosa di grosso stava per accadere nell’orbita spaziale. Come raccontato da lui stesso, lesse, per caso, su una rivista scientifica dal dentista un articolo in cui si parlava di tecnologia satellitare e astronautica. Stagno fu il primo all’interno della Rai ad affrontare l’argomento spazio come dice lui stesso: “affrontai l’argomento spazio per primo, sia pure casualmente. Vale a dire dal 1957, quando strappai dalla telescrivente il dispaccio d’agenzia che annunciava la messa in orbita dello Sputnik, il primo satellite artificiale mai andato oltre l’atmosfera. Una cosa curiosa, almeno per me, perché Sputnik significa letteralmente ‘compagno di viaggio’ e di certo accompagnò me” <sup>33</sup>

In seguito, Tito Stagno seguì anche il lancio della cagnetta Laika scrivendone un articolo e un servizio, guadagnandosi quindi di merito la conduzione del servizio del luglio del ’69.

Il servizio sull’allunaggio funse anche da “padrino” per tutte le moderne maratone che passano oggi in Rai ma non solo, vale pena citare “Maratona Mentana”, nome delle edizioni speciali del TG LA7 in corrispondenza di elezioni elettorali o avvenimenti politici degni di particolare attenzione, condotte dall’omonimo giornalista Enrico Mentana (che iniziò, tra l’altro, la sua avventura in Rai all’inizio degli anni ’80 nella sezione esteri).

Lo studio, allestito al meglio per l’evento, era così strutturato: una corridoio centrale sul quale i macchinisti e i registi si potevano muovere per riprendere, talvolta uno spazio talvolta l’altro, due

---

<sup>32</sup> Danilo De Rosa. *La diretta – e la svista – della Rai sull’allunaggio*. Il Post, 14 luglio 2019 <https://www.ilpost.it/2019/07/14/allunaggio-rai-tito-stagno/>.

<sup>33</sup> Emilio Cozzi. *Tito Stagno, la voce che ha raccontato l’allunaggio: “Andare sulla Luna in quelle condizioni fu una follia”*. Wired, 16 luglio 2019 <https://www.wired.it/scienza/spazio/2019/07/16/tito-stagno-intervista-apollo-11-luna/>.

postazioni da conduttore, una in cui Andrea Barbato aprì con un intro degna di nota, e l'altra nella quale trovavano posti Tito Stagno e Piero Forcella (Lello Bersani invece assunse più un ruolo di conduttore televisivo), e un piccolo spazio per allietare il pubblico nell'attesa con spettacoli di teatro e cabaret. Molti ospiti, oltre ai due di facciata Monica Vitti e Michelangelo Antognoni (in ogni studio con cui erano collegati erano presenti attori, gente dello spettacolo, ma anche sportivi come nel caso dello studio di Torino) erano persone con una certa esperienza di ciò che i tre astronauti avrebbero affrontato, oltre a giornalisti e direttori, infatti, trovavano spazio sui seggiolini del pubblico numerosi esperti e scienziati che coprivano ben ventotto rami della scienza.

Il discorso di apertura di Barbato racchiudeva in modo eccellente le caratteristiche che la Rai ha cercato di dare, sin dall'inizio delle trasmissioni sul Programma Nazionale, alla sua televisione; il modo in cui Barbato fa sentire lo spettatore partecipe di un'impresa nonostante esso sia seduto sul divano di casa sua, racchiude perfettamente quel senso di unione nazionale, in questo caso anche di più, che il televisore aveva lo scopo di trasmettere. Anche il modo di coinvolgere gli spettatori, oltre che emotivamente, ricorda molto il senso di inclusione della Rai, all'esterno dello studio e sparsi in tutta Italia ci sono squadroni di giornalisti pronti a raccogliere, con la potenza del loro microfono, i pensieri e le sensazioni degli italiani per quella che viene definita "annessione di un nuovo continente"<sup>34</sup>.

Allo stesso tempo la Rai portava avanti un altro grande compito che nella sua storia si è sempre prefissata di perseguire, ovvero l'educazione. Può sembrare scontato ma tenere un servizio speciale in onda per trenta ore, sempre in diretta, divulgando informazioni scientifiche e intrattenendo il pubblico con, sì spettacoli, ma anche insegnamenti su ciò che vedevano, data l'enorme presenza di tutti quegli scienziati, non è per nulla banale e denota la voglia costante della televisione italiana di far crescere il proprio pubblico insieme alla sua storia.

Oltre a quanto concerne l'aspetto di valori e di obiettivi sul piano teorico, bisogna guardare attentamente all'aspetto tecnico e pratico dell'evento: uno studio centrale a Roma in collegamento non solo attraverso giornalisti che intervistavano le persone in tutta Italia, ma anche collegamenti con gli studi di Milano, Firenze, Torino e Napoli in Italia, New York e Houston (base di partenza dell'Apollo 11) negli Stati Uniti, e come se non bastasse anche con Londra, Parigi, Madrid, Hong Kong, Perù e Mosca, per quello che può definirsi un vero e proprio capolavoro per il tempo. Non bisogna dimenticare che in tutto ciò, in cuffia, Tito Stagno aveva sia le voci del centro spaziale di Houston, sia le voci degli astronauti. Per non parlare poi dei grandissimi schermi Eidophor presenti

---

<sup>34</sup> 20 luglio, *il lungo speciale della Rai sull'allunaggio*. Rai Teche, 16 luglio 2018 <https://www.teche.rai.it/2018/07/20-luglio-1969-la-notte-della-luna-2/>.

negli studi di Roma e Milano. Gli Eidophor erano videoproiettori progettati per produrre appunto grandi immagini, utilizzati principalmente nei cinema, nei teatri e nelle scuole.

Per prepararsi era stata la stessa Nasa a fornire ai giornalisti pacchi di materiale dai quali poter farsi un'idea di cosa si stava andando a fare, e per conoscere anche i piani di volo; il che, a detta dello stesso Stagno, rese tutto più semplice.

Il bello di questo servizio a più collegamenti è riuscire a vedere i diversi umori che “serpentinavano” per gli studi italiani, ad esempio nel momento di presentazione dello studio di Milano, il conduttore Giorgio Vecchietti non perse l'occasione per precisare che si trovava nello studio (del TV3) tecnicamente più attrezzato d'Europa, lasciando trasparire quell'aria di malcontento che si profilava negli ambienti milanesi per la poca centralità o egemonia dei propri studi <sup>35</sup>, oppure anche lo studio di Torino, il quale ci tiene a sottolineare, una volta interpellato, le dimensioni dello studio aggiungendo che si tratta dello studio più grande d'Europa, non solo quindi tra quelli Rai.

Dopo una breve introduzione con gli studi inizia la vera e propria cronaca dell'evento, del quale inizialmente, fino al collegamento con Houston, se ne prende carico Barbato, rilasciando qualche informazione sulla fase cruciale del distacco del “LEM” rispetto alla navicella principale. A questo punto la parola viene ceduta a Tito Stagno che si mette in collegamento con Ruggero Orlando, l'altro cronista dell'evento famoso per il suo famoso saluto “Qui Nuova York, vi parla Ruggero Orlando” <sup>36</sup>, in collegamento proprio da Houston.

I collegamenti non avranno una linea pulitissima, sarà difficile sia per i due conduttori Stagno e Orlando il collegamento tra di loro ma soprattutto quello con le voci degli astronauti e la base spaziale, dovuto al sovrapporsi delle voci, allo “slang NASA” in merito all'operazione e a un inglese molto fitto e veloce.

Si può vedere negli occhi del pubblico quella trepidanza e quell'emozione che contraddistinguono un grande evento, con la voce pulitissima e fiera di Stagno che non perde un secondo per raccontare, nella maniera più comprensibile possibile anche per i telespettatori che assistono da casa, ogni minimo istante della diretta e, se possibile, qualche frase che faccia capire lo stato d'animo degli astronauti.

Inizialmente c'è un po' di confusione tra i due conduttori sui minuti riguardanti il distacco, la modalità con cui procede il LEM e chi procede nei diversi compiti; quindi, Barbato decide di ripartire col giro degli studi, dai quali intervengono i vari esperti ma anche intellettuali che

---

<sup>35</sup> Irene Piazzoni, 54.

<sup>36</sup> Orlando era un inviato speciale della Rai a New York, che simpaticamente chiamava “Nuova York”, ed era famoso per la modalità con cui introduceva le proprie corrispondenze.

fantasticano sui più vari temi, il più in auge è su cosa vorrebbero si trovasse sul suolo lunare una volta atterrati.

Al momento dell'annuncio che la spia che stava ad indicare l'inizio della discesa verso il suolo lunare nello studio si espande grande fermento ed eccitazione, visibile negli occhi di Stagno, intento a riprodurre le notizie che gli arrivavano un po' per cuffia, un po' per immagine.

La trepidazione del momento venne offuscata quando Modulo Lunare si staccò dal Modulo di Comando e per più di dieci minuti ciò che giunse a Stagno furono solo radiocomunicazioni, nessuna immagine<sup>37</sup>. È proprio qui che inizia forse il più grande equivoco della storia della Rai.

Stagno intento a tradurre e riportare, ora una distanza o un dato ora una frase degli astronauti, deve allo stesso tempo ascoltare i colloqui tra gli astronauti e tra questi ultimi e il centro di controllo spaziale. Purtroppo, il microfono degli astronauti era regolato in modo tale che si accendesse solo quando parlavano, perdendo così la prima parola di ogni frase, Stagno quindi al momento in cui Aldrin disse "270 piedi" capì solo "70 piedi", che con un rapido calcolo trasformò in 25 metri circa. Da quel momento contò ogni nuovo dato che gli arrivava dai 25 metri che aveva stanziato e una volta che il LEM arrivò a 120 piedi, dopo una piccola esitazione il giornalista si girò e annunciò entusiasta: "Ha toccato! Ha toccato il suolo lunare!". Il rumore e gli applausi del pubblico coprirono le nuove misure che intanto Aldrin stava fornendo, allora Orlando interruppe i festeggiamenti esclamando: "No, non ha toccato". Ne seguì un breve dibattito tra i due con Stagno che giustificò l'errore del collega dicendo che il veicolo fosse già atterrato e che quando Orlando disse che il LEM aveva toccato la Luna era in realtà il momento in cui era stati spenti i motori, aggiungendo "L'errore è comprensibile"<sup>38</sup>.

La realtà fu che entrambi sbagliarono, Tito Stagno annunciò l'allunaggio 136 metri e 56 secondi prima del vero atterraggio, mentre il secondo "tardò" di 10 secondi<sup>39</sup>, in tutto ciò il pubblico si perse la fatidica frase di Armstrong: "Houston, Tranquility Base here. The Eagle has landed". Inutile stare a discutere su chi avesse ragione o meno, fatto che sta che la Rai offrì un servizio impeccabile, a parte il piccolo disguido tra i due conduttori, perché riportò passo dopo passo, intrattenendo il pubblico e informandolo su ciò che stava accadendo per 30 ore, nemmeno negli Stati Uniti il servizio fu così lungo.

---

<sup>37</sup> Danilo De Rosa. *La diretta – e la svista – della Rai sull'allunaggio*. Il Post, 14 luglio 2019 <https://www.ilpost.it/2019/07/14/allunaggio-rai-tito-stagno/>.

<sup>38</sup> Rai Cultura. *Addio a Tito Stagno*. Rai Cultura, 4 luglio 2019 <https://www.raicultura.it/storia/articoli/2019/07/Ha-toccato-5dddea19-19c3-418d-ad87-3de9a6d5aedf.html>.

<sup>39</sup> Giuseppe Vatinno. *1969: l'allunaggio all'italiana nella polemica tra Tito Stagno e Ruggero Orlando*. VNY La Voce di New York, 20 luglio 2019 <https://lavocedinewyork.com/news/primo-piano/2019/07/20/1969-allunaggio-allitaliana-nella-polemica-tra-tito-stagno-e-ruggero-orlando/>.

Il servizio sull'allunaggio rappresentò e rappresenta ancora un fiore all'occhiello della tecnologia raggiunta dalla Rai tra gli anni Sessanta e Settanta, e anche della preparazione e della bravura dei conduttori che fecero la storia della Radiotelevisione Italiana.

Negli anni a che succedettero, la Rai si trovò ad affrontare svariate problematiche ma continuò nel suo processo di modernizzazione mentendo sempre la classe che da sempre, e per sempre, contraddistingue il servizio pubblico nazionale di radio e televisione.

## CAPITOLO TERZO: LA RIVOLUZIONE DIGITALE

### 3.1 I CANALI TEMATICI

Gli anni Settanta possono considerarsi un decennio di fondamentale importanza nella storia della nostra televisione. È in questi anni che la Rai inizia a perdere parte del monopolio radiotelevisivo. La riforma del 1975 aveva aperto la strada alle piccole televisioni locali, quelle televisioni che non superassero un'utenza di oltre 150.000 unità, togliendo di fatto una fetta del monopolio fino a quel momento detenuto con strapotere dalla Radiotelevisione Italiana.

Non solo, sebbene la Rai perse parte della sua gittata, non mancarono le note positive, nel 1972, per la prima volta, vennero trasmessi a colori i Giochi della XX Olimpiade, mentre dal 1973 iniziarono le prime trasmissioni sperimentali per sordomuti. Su molti aspetti però la Rai dimostrava ancora carenze, il terzo canale per esempio non poteva essere considerato un canale al pari degli altri due, il suo raggio infatti non si espandeva a livello nazionale, per rendere possibile ciò bisognerà aspettare addirittura fino al 1987. Inoltre, nel 1977 terminarono le trasmissioni di "Carosello", segnando così la fine di un'era, di un programma che aveva appassionato milioni di italiani. Sempre nel 1977 la Rai iniziò a trasmettere in toto le sue trasmissioni a colori, dopo ben sei anni di sperimentazioni, dando vita alla cosiddetta fase della neotelevisione <sup>40</sup>.

Nel frattempo, arrivati agli anni Ottanta, la Rai si ritrova in grosse difficoltà: dal 1980 iniziarono infatti le trasmissioni di Canale 5, di proprietà del gruppo Fininvest dell'editore Silvio Berlusconi, sicuramente il gruppo che più diede filo da torcere alla Rai, con la quale combatté una battaglia vera e propria dato che Canale 5 era riuscita ad accaparrarsi una posizione di assoluto predominio nel mercato dei media <sup>41</sup>. Successivamente dal 1982 iniziarono anche le trasmissioni di Italia 1 e Rete 4 <sup>42</sup>.

Questo decennio vedrà la Radiotelevisione italiana in grosse difficoltà a causa anche dell'abbandono di grandi personaggi di punta dell'azienda come Mike Bongiorno, Pippo Baudo, Raffaella Carrà, Heather Parisi, la coppia Mondaini-Vianello, Maurizio Costanzo, Franco e Ciccio. Tuttavia, i grani mezzi a disposizione e il passaggio a un nuovo tipo di televisione furono due punti molto sfruttati dalla Rai, che lasciando da parte lo sceneggiato televisivo si dedicò alla produzione sfruttando grandi spazi esterni, sostituendolo con le fiction. La più famosa, che viene ancora

---

<sup>40</sup> Enrico Menduni, *Televisione e radio nel XXI secolo*, 62. Neologismo coniato da Umberto Eco per indicare la televisione generalista e commerciale delineatasi in Italia dai primi anni Ottanta.

<sup>41</sup> Franco Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, 428.

<sup>42</sup> Come appuntato nel capitolo precedente, il canale Rete 4 non c'entra nulla con la Rai. Dopo la sua nascita, infatti, i nomi di Rete 1, Rete 2 e Rete 3 divennero gli odierni RaiUno, RaiDue e RaiTre.



considerata la serie televisiva italiana più conosciuta nel mondo, è senza ombra di dubbio “La Piovra”.

Inoltre, la Rai inaugurò in questi anni numerosi programmi destinati a diventare veri e propri cult, ancora oggi in onda sugli schermi delle nostre televisioni, come “Quark” di Piero Angela, che diventerà il divulgatore scientifico preferito di generazioni e generazioni di italiani, oppure “Linea Verde”, programma che possiamo trovare in onda, ai giorni nostri, il sabato e la domenica su RaiUno.

Ma ciò che stava cambiando non era solo il modo di fare televisione, il monopolio ormai spezzato, la comparsa di nuove televisioni, ciò che stava cambiando era la televisione in sé. Il concetto di neotelevisione va proprio in questo senso, iniziano a intravedersi sempre di più i nuovi sistemi americani come la Tv via cavo, il satellite, la tv a pagamento. Proprio sfruttando il satellite la Rai nel 1990 inizia le sperimentazioni delle trasmissioni satellitari appunto, inaugurando l'emittente RaiSat. È bene ricordare che fino a questo momento in Italia, la ricezione delle trasmissioni avveniva solo via terrestre, mentre in altri stati europei come Germania, Francia, e Regno Unito, ad affiancare questo tipo di ricezione era presente la televisione via cavo, dotando così la televisione “regolare”, se così vogliamo definirla, di una valida spalla dotata di numerosi canali tematici che rispecchiassero le preferenze del pubblico <sup>43</sup>

Il palinsesto del primissimo RaiSat vedeva principalmente in onda sullo schermo documentari, film o approfondimenti sulle principali notizie giornaliere, non solo italiane ma anche straniere. Una caratteristica, infatti, di RaiSat era il fatto che trasmettesse per poche ore ma traducendo il contenuto in più lingue, sfruttando anche l'utilizzo di sottotitoli.

In realtà, RaiSat non rappresenta il primo vero e proprio esempio di canale tematico in Italia, questo perché la riforma del 1975 aveva creato il DSE, Dipartimento Scuola Educazione, che si occupava di trasmettere diversi programmi culturali.

Il merito della televisione via satellite si deve al rilascio nello spazio del satellite Olympus, come si può leggere su un articolo di Repubblica del 1984: “Il satellite, da oggi (23 novembre 1984, ndr.), è una realtà anche per la televisione italiana: grazie, infatti, all'accordo che si firma stamane alla Rai, la televisione pubblica italiana si è assicurata uno dei due canali dell'Olympus, il satellite europeo che sarà lanciato all'inizio dell'87 dalla base Ariane in Nuova Guinea. Per la televisione italiana, è in particolare per la Rai (che a questo compito è tra l'altro chiamata dalla convenzione con lo Stato, si tratta di una tappa importante [...])” <sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> Franco Monteleone, 555.

<sup>44</sup> *Alla Rai in esclusiva un canale del satellite Olympus*. La Repubblica, 23 novembre 1984

<https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1984/11/23/alla-rai-in-esclusiva-un-canale-del.html>.

Il satellite sarebbe poi stato lanciato nel luglio del 1989, due anni dopo rispetto alla data prefissata di lancio, e questo spiega il perché le sperimentazioni abbiano avuto inizio solo nel 1990, e copri non solo il servizio nazionale, ma anche quello dei paesi della zona del Mediterraneo e persino quelli europei che ricadevano sotto il suo raggio.

È importante dire che RaiUno e RaiDue andavano in onda già per via satellitare, all'estero, tramite Eutelsat, e ciò continuò anche dopo la cessazione delle trasmissioni di RaiSat.

Il canale, infatti, cessò le sue trasmissioni per svariati motivi, il primo sicuramente erano gli elevati costi degli strumenti di cui dotarsi per poter usufruire dei servizi di RaiSat, quindi stiamo parlando di parabole, convertitori, ricevitori. Erano pochi gli appassionati a tal punto da comprare tutto il necessario.

Un altro motivo, sicuramente di uguale importanza, ma più tecnico, riguarda il satellite Olympus. Il satellite nel 1991 andò fuori orbita facendo perdere il segnale, negando quindi la vista dei canali ai telespettatori. Se questo primo disservizio, probabilmente dovuto alla collisione con un piccolo meteorite, venne risolto in poco tempo, nel 1993 il satellite Olympus andò definitivamente fuori orbita, obbligando RaiSat a cessare le sue trasmissioni: “Il satellite Olympus per telecomunicazioni sperimentali e diffusione televisiva diretta, in orbita dal 1989, è andato fuori controllo nella notte tra l'11 e il 12 agosto, e finora non è stato possibile risolvere l'anomalia”<sup>45</sup>.

Il discorso RaiSat viene ripreso appena qualche anno dopo, con l'avvento delle prime trasmissioni satellitari in digitale, il quale inizialmente viene utilizzato dalla televisione in modo cauto, solo per effetti speciali o contenuti brevi e speciali, che al momento della trasmissione venivano convertiti in analogico. Questo perché altrimenti i cittadini sarebbero stati costretti a “buttare via il loro vecchio televisore o a munirlo di un decoder”<sup>46</sup>.

A questo punto viene ripensato il modo di utilizzare lo spettro elettromagnetico, questo viene quindi digitalizzato, comprimendo i file e utilizzando una singola frequenza per trasmettere più programmi. Inoltre, iniziano a volare sopra l'Italia nuovi satelliti digitali per telecomunicazioni che trasmettevano centinaia di programmi con l'ausilio di una piccola antenna di 70 centimetri.

Solo nel 1995 la Rai, con la pay tv Telepiù<sup>47</sup>, affittò un transponder su Eutelsat 1-F1, per trasmettere tutti e tre i canali principali con questa nuova tecnica e nel 1997 venne riesumato il progetto RaiSat<sup>48</sup>.

Questa volta RaiSat non venne presentata come un canale Rai, ma come una consociata ad essa, questo è uno dei primi passi, infatti, di Rai intesa come holding di società distinte.

---

<sup>45</sup> *Avaria al satellite dopo la notte delle stelle*, La Repubblica, 19 agosto 1993

<https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1993/08/19/avaria-al-satellite-dopo-la-notte-delle.html>.

<sup>46</sup> Enrico Menduni, 73.

<sup>47</sup> Franco Monteleone, 555.

<sup>48</sup> Enrico Menduni, 198.

Con la costituzione di RaiSat il servizio pubblico televisivo era definitivamente entrato nel business dell'offerta tematica via satellitare, e venne affidata a Carlo Sartori.

Inizialmente, i canali in chiaro sono 4, ovvero RaiSat 1 incentrato principalmente su cultura e spettacolo, RaiSat 2 per i ragazzi, RaiSat 3 che riprende il sopraccitato DSE, ormai divenuto Rai Educational <sup>49</sup>, e RaiSat Nettuno Lezioni Universitarie, che, come s'intende, trasmetteva 24 ore su 24 lezioni universitarie.

A questi quattro se ne aggiunge un quinto due anni più tardi, Rai Sport Satellite. Sempre nel 1999 nacque RaiNews 24, che era stato creato con l'intento di farlo diventare un canale satellitare a pagamento ma invece rimase in chiaro.

Nel 1999 con la riorganizzazione dei canali satellitari, i tre canali RaiSat 1, RaiSat 2 e RaiSat 3 vennero chiusi e sostituiti da RaiSat Art, con programmi incentrati su arte e cultura, RaiSat Show, per lo spettacolo, RaiSat Ragazzi, dedicato a bambini e ragazzi, e Rai Educational Sat.

Nel frattempo, a questi quattro canali se ne aggiunsero altri quattro: RaiSat Gambero Rosso, per programmi culinari, RaiSat Cinema, RaiSat Album, dedicato alla memoria televisiva del passato, un po' come l'odierno "Techetechete", e RaiSat Fiction.

Fino al 2001 questi canali furono visibili solo a pagamento su D+, ex Telepiù, e successivamente, dal 2001 al 2003, su TelePiù digitale.

Nel 2003, infatti, arrivò Sky Italia e RaiSat dovette nuovamente riorganizzare la sua programmazione e i suoi canali, eliminando RaiSat Art, RaiSat Fiction, RaiSat Album e RaiSat Show, RaiSat Cinema cambiò nome e nacquero RaiSat Premium dall'unione di RaiSat Album e RaiSat Fiction, e come erede di RaiSat Show nacque RaiSat Extra.

Il 2006 vide la scissione di RaiSat Ragazzi in fasce d'età, dando vita a RaiSat YoYo e RaiSat Smash.

Nel 2009 la Rai annunciò di non essere riuscita a rinnovare il contratto con Sky e ci fu un'ulteriore riorganizzazione dei canali, con RaiSat Gambero Rosso che passò sotto la completa egida di Gambero Rosso S.p.A. e la fine di RaiSat Smash, portando quindi il numero di canali a quattro: RaiSat Extra, RaiSat Premium, RaiSat Cinema e RaiSat YoYo. Rai Extra venne infine rinominato Rai 5.

Oggigiorno, abbiamo ancora diversi canali tematici, uno è Rai Sport, il vecchio RaiSport Satellite, è rimasto Rai YoYo che si occupa sempre di intrattenimento per bambini. Rai Premium ha sostituito RaiSat Premium, RaiSat Cinema non si chiama più così ma semplicemente Rai Movie. Un passaggio molto importante è stato la nascita di Rai Cultura, una struttura della Rai che si occupa di gestire Rai 5, Rai Scuola, esistente già col nome di Rai Educational 1, e Rai Storia, che sostituì Rai

---

<sup>49</sup> Il progenitore di Rai Cultura

Educational 2. Sempre nell'intrattenimento per ragazzi nacque Rai Gulp, invece oggi la struttura che gestisce Rai 4, Rai Movie e Rai Premium si chiama Rai Gold <sup>50</sup>.

Insomma, il servizio pubblico italiano seppe adattarsi bene allo sviluppo dei canali tematici, riorganizzando di volta in volta i propri canali e stringendo accordi con vari gruppi. Era ormai giunto il momento il momento di compiere lo step successivo, adattarsi all'avvento dei social media.

### 3.2 INTERNET E I SOCIAL MEDIA, LA RAI SBARCA SU YOUTUBE

Ad oggi, nel 2022, pensare al mondo della comunicazione senza associarlo in modo istantaneo, quasi naturale, ai social è impossibile.

Il rapporto di simbiosi che si è venuto a creare tra i due è come una sostanza inscindibile, non esiste uno senza l'altro.

Ma partiamo dal principio, la Rai si apre all'era tecnologica ancor prima di istituire RaiSat nel 1997, perché già dal 1996 l'azienda aveva creato il suo primo sito web [www.rai.it](http://www.rai.it).

Il concetto di comunicazione attraverso i social va sempre intesa in quel contesto definito "neotelevisione", termine come già detto coniato da Eco, ma che venne studiato anche da Giacomo Bettetini il quale "guardava con preoccupazione il formarsi di una dimensione individualistica immanente a tutta la cultura di massa" <sup>51</sup>.

Il social va considerato proprio in questa dimensione, una dimensione individualistica in cui il singolo usufruisce di un bene, di un servizio in maniera individuale ma anche privata.

Il primo sito web venne pubblicato nel 1991 da Tim Berners-Lee, presso il CERN, e consisteva in una pagina ipertestuale <sup>52</sup>.

Se consideriamo che la Rai aprì il suo primo sito web ufficiale nel 1996, ancor prima di altre concessionarie nazionali come la Bbc che aprì il suo nel 1997, possiamo dire che la Radiotelevisione italiana seppe cogliere per tempo il cambiamento che stava avvenendo nel mondo della comunicazione e della tecnologia.

Il passaggio anche sul mondo dei social avvenne qualche anno più tardi, nel 2005, quando la Rai sbarcò per la prima volta su YouTube, anch'esso nato nel 2005.

---

<sup>50</sup> Enrico Menduni, 87.

<sup>51</sup> Franco Monteleone, 452.

<sup>52</sup> Redazione. *25 anni fa nasceva il primo sito web al mondo: info.cern.ch*. Ingenio-web.it, 6 agosto 2016 <https://www.ingenio-web.it/14776-25-anni-fa-nasceva-il-primo-sito-web-al-mondo-infocernch#:~:text=Si%20trattava%20di%20una%20pagina,%20informatico%20Tim%20Berners%2DLee>.

Anche in questo caso possiamo vedere la tempestività della Rai nel proiettarsi verso il futuro, sfruttando una piattaforma web 2.0 in modo da far vedere video tratti dal proprio sito web Rai.tv, l'odierno RaiPlay.

Sicuramente parlando dell'intreccio tra Rai e social, viene alla mente l'utilizzo, come principale metodo di fruizione, YouTube, poiché diventa quasi una seconda televisione, capace di riprodurre video di qualsiasi tipo, sportivi, d'informazione, culturali.

Purtroppo, la fine del rapporto di lavoro tra la Rai e la piattaforma, nel 2014, ha richiesto la cancellazione di oltre 50.000 video.

La Rai decise infatti nel 2014 di cercare di monetizzare il più possibile dai suoi video direttamente sul proprio sito web, chiudendo quindi una delle pagine più seguite sul social in Italia, come riporta un articolo de "Il Sole 24 ore" dalla piattaforma sarebbero stati cancellati video storici, come Italia-Germania del mondiale di Spagna 1982 o l'esibizione di Mina al Sanremo del 1965 <sup>53</sup>.

Insomma, una vera e propria disgrazia, nonostante la scelta della Rai basasse le sue radici su basi economiche: Google AdSense, secondo i calcoli Rai, versava nelle casse della Radiotelevisione Italiana circa 700mila euro all'anno, mentre la Rai togliendo il proprio profilo sperava di monetizzare di più.

Tuttavia, qui si mostrò parte dell'incapacità della Rai di sfruttare al meglio i social, poiché con YouTube oltre a non avere spese di gestione di una piattaforma video, la probabilità che un navigatore a caso di YouTube capitasse su un video della Rai era molto maggiore rispetto alle probabilità di visualizzazione dello stesso video sul sito web della concessionaria italiana.

Infondo, a pensarci bene, i social non sono altro che l'ovvia trasformazione della televisione.

Questo perché il mondo della comunicazione ha sempre cercato di avvicinare, ogni volta un po' di più, il segnale di emissione della notizia all'ascoltatore: inizialmente radio e televisione venivano viste, o ascoltate, in luoghi comuni come bar o centri ricreativi, poi sono entrate nelle case degli italiani (lo stesso Barbato, nel discorso di apertura della diretta sull'allunaggio, insistette più volte sulla possibilità di guardare e stare al passo con l'operazione "direttamente e comodamente dal divano di casa" <sup>54</sup>), e infine i social con lo sviluppo degli smartphone e dei computer, una piccola televisione tascabile sempre a portata di mano, il massimo del pensabile. Infatti, ormai i produttori di contenuti sono chiamati all'impresa, così bisogna definirla, di creare contenuti che non siano

---

<sup>53</sup> Biagio Simonetta. *La Rai cancella 50mila video da YouTube. Spariti video storici*. Il Sole 24 ore, 3 giugno 2014 <https://st.ilsole24ore.com/art/notizie/2014-06-03/la-rai-cancella-50mila-video-youtube-spariti-video-storici-193006.shtml?uuid=ABtLRQNB>.

<sup>54</sup> 20 luglio, *il lungo speciale della Rai sull'allunaggio*. Rai Teche, 16 luglio 2018 <https://www.teche.rai.it/2018/07/20-luglio-1969-la-notte-della-luna-2/>.

separati tra di loro, ma che in un modo o nell'altro interagiscano e siano visualizzabili su più device<sup>55</sup>.

I social media rappresentano inoltre una enorme possibilità di ampliare la conoscenza dei programmi e anche massimizzare l'utenza e le visualizzazioni dei prodotti radiotelevisivi. Prendendo l'esempio di una nuova fiction e della sua imminente pubblicazione, sponsorizzarne l'uscita e la visione su social come Instagram, Facebook, ma anche lo stesso YouTube attraverso pubblicità sotto forma di annunci, aumenta in maniera esponenziale le possibilità che quella fiction verrà vista da molte più persone.

Non solo, i social sono capaci non solo la percentuale di pubblico o sponsorizzare un determinato prodotto, sono essi stessi, spesso, che creano un prodotto, molto più preciso e dettagliato rispetto a un programma televisivo.

Questo è dovuto alla grande risorsa che i social offrono, ovvero la capacità di carpire le preferenze del consumatore attraverso lo studio dei big data, e creare appositamente i più svariati "percorsi sensoriali"<sup>56</sup> per i più svariati gusti.

È questo l'obiettivo del Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica Rai, che attraverso la piattaforma Rai Like, la quale nasce per "effettuare l'analisi, la visualizzazione e l'interpretazione dei dati contenuti all'interno del modello unificato multi-sorgente"<sup>57</sup> cerca di navigare nello spazio dei concetti provenienti dalle reti sociali e associato al mondo televisivo grazie all'integrazione della guida dei programmi TV.

Uno dei suoi compiti e delle sue funzionalità è il verificare di fenomeni emergenti, la loro evoluzione nel tempo e sfruttarne quindi le menzioni durante i programmi televisivi per riuscire ad intercettare concetti ed eventi televisivi simili.

Uno studio del Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica Rai ha riportato un caso specifico, la telecronaca della finale dei 100 metri durante le Olimpiadi di Londra 2012, nel quale ha mostrato la complessa rete di interazione tra televisione e social: la finale trasmessa sui canali Rai era stata commentata in maniera massiccia su YouTube e Twitter creando così concetti legati al video e lasciando trasparire emozioni, stati d'animo. Tutto ciò permette di creare collegamenti per gli utenti, i quali vengono classificati in varie categorie creando di conseguenza prodotti ad hoc<sup>58</sup>.

I social fanno quindi parte del "Web 2.5"<sup>59</sup>, all'interno di essi si possono postare i più vari contenuti, le persone possono presentare la loro attività e coltivare relazioni sociali, ogni giorno

---

<sup>55</sup> Rai Like. *Analisi dei social network in ambito televisivo*. 2016 <http://www.crit.rai.it/eletel/2016-2/162-5.pdf>.

<sup>56</sup> Ivi.

<sup>57</sup> Ivi.

<sup>58</sup> Tv e social web. *La seconda vita del contenuto televisivo*. 2015 <http://www.crit.rai.it/eletel/2015-1/151-5.pdf>.

<sup>59</sup> Enrico Menduni, 83.

spuntano funzioni sempre nuove che permettono a milioni e milioni di persone di entrare in contatto.

Non sfruttare tali risorse nel migliore dei modi sarebbe un suicidio, perché i social, prendendo l'esempio di YouTube, sicuramente il social che più si confà al modello televisivo vista la sua natura basata esclusivamente su video, all'interno di esso con la condivisione di video gli utenti postano e si divertono, ma spesso e volentieri caricano sulla piattaforma video di informazione, di eventi, oppure di scontri che hanno avuto luogo.

Ecco, è proprio questo il punto focale del discorso, mentre gli altri social hanno bisogno, non sempre ma molto spesso, di rimandare al video integrale dell'accaduto attraverso link o comunque sponsorizzazioni, YouTube trova il suo punto forte nell'immediatezza: una volta che il video è stato caricato, anche se l'evento può essere terminato, esso rimane lì come testimonianza e l'importanza di ciò per media come la Rai è vitale, perché per parlarne fanno riferimento ai video di YouTube. Senza la piattaforma i media non avrebbero una "capacità di convocazione immediata [...] né l'autorappresentazione video, che rimane traccia evidente, visibile, dell'evento"<sup>60</sup>.

Nonostante i numeri social della Rai non siano così roboanti<sup>61</sup>, la televisione pubblica italiana vanta nel suo palinsesto programmi storici che sono entrati nel cuore degli italiani, come il Festival di Sanremo o numerose fiction divenute celebri negli anni, ma anche le partite della nazionale italiana di calcio, e di tanti altri sport.

Questi programmi le permettono spesso di entrare in tendenza sui social, quando le persone magari twittano o pubblicano post per commentare ciò che stanno guardando, perché i media come la Rai spesso fanno le loro fortune grazie a questo meccanismo, ovvero il secondo device dal quale le persone commentano ciò che vedono in televisione, ciò rappresenta "un forte capitale sociale di un programma o di una fiction"<sup>62</sup>.

Per esempio, nel febbraio 2019, la Rai è stata la prima emittente televisiva nella top 10 italiana per numero di utenti social attivi, con oltre 16,5 milioni di interazioni<sup>63</sup>.

Questo perché il festival di Sanremo quell'anno, si tratta della sessantanovesima edizione del festival, è stato il più commentato di sempre, e l'ultima serata del festival ha rappresentato l'evento televisivo più rilevante sui social dal settembre 2018.

---

<sup>60</sup> Ivi, 84.

<sup>61</sup> Il profilo Instagram di RaiUno conta meno di 500mila follower, RaiDue non arriva a 250mila.

<sup>62</sup> Enrico Menduni, 87.

<sup>63</sup> Rai Ufficio Stampa. *Rai prima media company in Italia per interazioni social a febbraio*. 19 marzo 2019 <https://www.rai.it/ufficiostampa/assets/template/us-articolo.html?ssiPath=/articoli/2019/03/Rai-prima-media-company-in-Italia-per-interazioni-social-a-febbraio--be2274f6-9d19-4e78-b910-6ccf110b0722-ssi.html>.

A coadiuvare il festival in quest'impresa ci hanno pensato programmi storici della televisione italiana come "Che Tempo Che Fa" o "Domenica In", ma anche le fiction "La Porta Rossa" e "Che Dio Ci Aiuti".

I social, in continua evoluzione, hanno dimostrato l'importanza del loro sfruttamento, che, se fatto nella giusta maniera, ha la capacità di portare a un ampliamento in termini massicci di pubblico e la possibilità di carpire al meglio le preferenze dei telespettatori.

### 3.3 LA DIFFICOLTÀ DI STARE AL PASSO CON I NUOVI MEZZI

La rivoluzione digitale che la Rai ha dovuto affrontare a partire dagli anni Novanta non è sicuramente stata l'ultima.

L'avvento delle televisioni private, poi di quelle a pagamento (pay tv), la televisione satellitare, il digitale terrestre, internet, i social, sono tutti cambiamenti avvenuti nel giro di una ventina d'anni con le quali non è sempre stato facile stare al passo, seguirne i flussi senza arrancare o perdere consensi.

Tuttavia, qualcosa aveva iniziato a scricchiolare dall'avvento delle prime pay tv.

Perché, soprattutto con la comparsa di Sky Italia che si prenderà tutte le partite delle diciotto squadre di calcio, una programmazione di cinema internazionale dato il supporto della library di Fox, con una forte attenzione al cinema italiano, documentari della National Geographic Society<sup>64</sup>. Il progetto Sky è molto ambizioso e punta a raddoppiare gli abbonamenti nel giro di un paio d'anni, raddoppiando di conseguenza il fatturato e convertire, quindi, le perdite in utili.

Il problema del servizio pubblico radiotelevisivo italiano deriva dalla situazione del nostro paese e non è altro che lo specchio dei ritardi, dell'insufficienza, delle ambiguità dello Stato italiano.

Inizia a cambiare il sistema di consumo, dell'offerta televisiva, ma tuttavia sembra che l'indice di gradimento, o perlomeno di popolarità, rimanga sempre quello.

La caratteristica cardine del sistema italiano è quella di essere centro dello scontro politico e, nonostante l'avvento dei nuovi soggetti nel mercato televisivo e della comunicazione, la Rai e Mediaset tengono ancora banco, poiché negli anni hanno finito per rappresentare la trasposizione dei partiti politici e dei loro schieramenti, nati dopo l'avviamento del sistema maggioritario, ovvero Ulivo per il centrosinistra e Casa delle Libertà per il centrodestra.

La televisione, infatti, a partire dal 1994 con campagna elettorale di Berlusconi, è diventata un'arena centrale della politica italiana<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Franco Monteleone, 617.

<sup>65</sup> Valérie Joelle Kouam. *Il regime mediatico in Italia: 1994-1995*. Cahiers d'études italiennes, 11/2010, 171-181 <https://journals.openedition.org/cei/134?lang=it#quotation>.



È proprio qui che il servizio pubblico subisce il danno maggiore, che perde sicuramente un po' del suo potere istituzionale, ma soprattutto le televisioni generaliste furono le principali certificazioni di quel processo per il quale i partiti non interloquiscono più direttamente con i soggetti sociali, ma ne desiderano il pieno possesso.

Questa condizione ha causato il risucchio del nostro servizio pubblico nazionale nella sovranità delle maggioranze politiche succedutesi alla guida della nazione, di conseguenza la Rai per la prima volta nella sua storia non interpreta più l'intera società italiana con il rigore che l'aveva sempre resa autorevole.

In questo momento inizia la deriva della Rai, che si rivelerà inarrestabile <sup>66</sup>.

Lo scontro politico all'interno del discorso televisivo continua nel corso degli anni, andando a ricoprire anche il discorso relativo alla satira, in particolare vengono condannati modi e toni di Travaglio al programma "Satyricon" con il comico Daniele Luttazzi, in merito a delle rivelazioni su Silvio Berlusconi. Tutto questo in piena campagna elettorale.

Il che non comporta altro che giudizi molto negativi sul servizio pubblico, con la Rai che viene accusata di condurre una campagna di delegittimazione del leader del Polo.

Arrivati all'anno 2002, il ministro delle comunicazioni Gasparri promuove una proposta di legge, che, tra i numerosi punti come rimuovere il limite del 30 per cento di crescita di ogni singolo settore e l'abolizione dei divieti agli incroci nella proprietà di reti televisive e organi di stampa, propone per la prima volta nella storia della legislazione in materia radiotelevisiva una probabile privatizzazione della Rai, preannunciando la possibilità di dar vita a una Public Company <sup>67</sup>.

Questo, naturalmente, venne visto dal centrosinistra come una mossa per favorire Mediaset e reagì quindi in modo sdegnato.

Quindi, la situazione in cui versava il servizio radiotelevisivo pubblico italiano, arrivava nei primi anni del nuovo millennio in una situazione già compromessa a livello burocratico e amministrativo, il che significa non saper reagire al meglio ai possibili cambiamenti e nuovi sviluppi che il mondo e l'innovazione tecnologica si stavano preparando a rilasciare.

Fino a qui è stato fatto un discorso il cui punto focale era la politica all'interno del processo e dello sviluppo della Rai, e ciò che accade dal punto vista più tecnico, se così vogliamo definirlo, è la conseguenza di questo grande trambusto.

Infatti, il passaggio dall'analogico al digitale, multimediale e interattivo, modifica l'industria dei contenuti e dei servizi, allargando, tra l'altro, a dismisura l'offerta, aprendo un periodo molto duro da questo punto di vista.

---

<sup>66</sup> Franco Monteleone, 611.

<sup>67</sup> Ivi, 615.

La varietà di opzioni, soprattutto quelle derivanti da Internet e dal web, vanno ad ampliare i terminali riceventi, e se la televisione, nel corso della sua storia, da una parte ha visto ampliarsi lo spazio del consumo, dall'altra era sempre riuscita a mantenere il dominio del carattere ludico d'intrattenimento.

Tuttavia, ora si prospettano delle realtà che lasceranno poco spazio al dominio in questo campo della televisione, perché le nuove modalità d'uso del proprio tempo sono pronte a essere sfruttate dalla tecnologia che metterà sul mercato strumenti che, al contrario del singolo schermo televisivo, offrono opportunità sempre più diversificate dal punto di vista del consumo della comunicazione. Inoltre, tutto ciò andrà ad incidere sulle politiche dei prodotti, dei format, dei contenuti, dei servizi resi, dovendo immaginare un nuovo tipo di fruizione e di rilevazione degli ascolti.

Il pubblico consumatore di radio e di televisione al quale si era abituati sta cambiando, è sottoposto ad una profonda modificazione, di conseguenza servono nuove classificazioni di target, ma anche cambiare linguaggi e valori della televisione italiana.

Un altro grande ostacolo, o sfida per meglio dire, che la Rai e tutte le televisioni si trovano ad affrontare è lo streaming.

Lo streaming parte inizialmente come "limitato" al campo auditivo poiché "lo stato delle reti fisiche di telecomunicazione non consentiva il passaggio degli ingombranti file video"<sup>68</sup>.

Ma dal 2006, questa condizione cambia, con la ripresa delle costruzioni delle reti a banda larga, che in Italia viene offerta (leggermente in ritardo) da Telecom e altri operatori come Fastweb.

Nel frattempo, anche il wi-fi fa la sua comparsa, o meglio rafforza la sua affermazione, permettendo il collegamento senza fili anche in spazi aperti, soprattutto grazie all'uso di device come i tablet, che se da una parte non sono altro che degli smartphone più grandi, dall'altra proprio la loro maggiore grandezza li rende più idonei alle nuove esigenze di visualizzazione.

In tutto ciò gli schermi piatti iniziano man mano a uscire dalle abitazioni, andando a popolare le facciate degli edifici o le metropolitane<sup>69</sup>.

Lo streaming video inizia a prendere sempre più piede confermandosi come un nuovo e molto efficiente sistema multimediale di distribuzione e di comunicazione, all'interno del quale i contenuti si trasferiscono in continuazione dall'ambiente mediale a quello dei social network.

Questo significa anche far circolare su queste reti milioni di video e filmati, tra cui serie televisive non ancora arrivate sui canali nazionali del proprio paese, il che non può che essere un male per una concessionaria come la Rai.

---

<sup>68</sup> Enrico Menduni, 85.

<sup>69</sup> I cosiddetti "urban screen".

Lo streaming va ad “uccidere” il concetto di canale, poiché possiamo benissimo cercare individualmente sui nostri dispositivi, dallo smartphone ai tablet, dai computer fissi ai laptop portatili, il più svariato programma che ci interessa senza che nessun canale, nessun broadcaster me lo abbia messo in programmazione.

A questo punto, nel modello televisivo sono presenti: una televisione digitale in chiaro, una pay-per-view digitale criptata, diffusa via satellite, digitale terrestre e a banda larga, e un video on demand accessibile esclusivamente via banda larga <sup>70</sup>.

La Rai che sempre si è considerata un po' il punto centrale della televisione italiana, essendo anche la televisione pubblica, ha una variegata proposta di programmi (i tre canali tradizionali generalisti e altri undici canali tutti gratuiti, ma non riesce a cogliere l'attenzione della fascia d'età più giovane. Il fatto che ormai i nostri smartphone ci permettano di sfruttare tutte queste possibilità, e si stanno trasformando, se già il processo non è completato, nella televisione 2.0 ci sta allontanando dall'utilizzo canonico e tradizionale della televisione.

Netflix, infine, non rappresenta altro che l'ennesima sfida posta alla “normale televisione”.

Nata nel 1997, si occupava inizialmente di noleggio, poi dal 2008 è entrata nel campo dello streaming, con una formula che possiamo definire vincente dato il grande consenso e il boom di abbonamenti che ha registrato sin da subito.

La piattaforma è arrivata in Italia solo nel 2015, riscontrando anche qui campagne di abbonamenti.

La Rai, come le altre televisioni, si trova quindi ad affrontare una crisi senza precedenti, iniziata dagli anni Novanta e che prosegue tutt'oggi. Solo il tempo saprà dirci se la Radiotelevisione italiana saprà farsi valere nel tempo e riacquistare il suo primato.

Ciò che è certo, è che la Rai non è rimasta ferma, prodigandosi nello sviluppo di tecnologie e piattaforme all'avanguardia per competere con qualsiasi nuovo tipo di tecnologia, forte del fatto che essa continua, e continuerà sempre, a rappresentare il servizio radiotelevisivo pubblico italiano.

---

<sup>70</sup> Enrico Menduni, 86.

## CAPITOLO QUARTO: L'ERA DELLA PIATTAFORMIZZAZIONE

### 4.1 LA VIA ITALIANA ALLA PIATTAFORMIZZAZIONE

La Radiotelevisione italiana, sin dai suoi albori prima come URI, poi come EIAR e infine come Rai, ha sempre cercato nei più svariati modi di offrire un servizio che potesse rispecchiare quelli che erano gli interessi degli italiani.

Negli anni questa sfida si è posta sempre con maggiore insistenza e spesso non è stato facile riuscire a fornire un servizio al passo coi tempi e senza polemiche.

Tuttavia, il nostro servizio pubblico di radiotelevisione ha sempre trovato il modo di incanalare lo spirito che serpeggiava all'interno della popolazione per trovare i format, i generi, i protagonisti che hanno fatto grande la nostra televisione, ma anche le soluzioni burocratiche per regalare al popolo italiano un servizio che fosse di diletto, ma anche di informazione e di insegnamento, ricoprendo negli anni il ruolo di “maestra” di quei ceti sociali che non potevano permettersi di seguire l'insegnamento direttamente nelle scuole elementari, ma erano costrette a lavorare nei campi sin dalla tenera età.

Come abbiamo detto, la Rai e tutte le televisioni “tradizionali”, se così si possono definire, si sono trovate a partire dai primi anni duemila ad affrontare la più grande sfida che gli sia mai stata posta: l'avvento delle piattaforme.

Con l'inizio dei primi social network e specialmente YouTube si è visto come abbiano iniziato piano piano ad erodere la sovranità della televisione, diventandone quasi un sostituto, quasi un surrogato.

Andando avanti nel tempo ciò che si è venuto a creare è stata una sorta di suddivisione dei comparti che costituivano la Rai. Essa, da un'azienda unica, ha iniziato a dividersi in più “sotto-aziende”, società per azioni e, infine, piattaforme.

Basti pensare al concetto, già sviluppato, di Rai come holding, il quale deriva addirittura dal 1994, pensando come unico futuro possibile per la salvezza della Rai quello di costituire una holding: “La Rai diventerà una holding. Il piano triennale consegnato dal cda al ministro delle poste Giuseppe Tatarella disegna una società-madre con una serie di società a partecipazione totale o parziale, in ogni caso mirate su standard di mercato”<sup>71</sup>.

Ad oggi, la Rai si forma di una società centrale con appunto queste piccole società che ne formano le “braccia” e che sono: Rai pubblicità, che si occupa appunto della raccolta pubblicitaria dei vari canali ma anche delle varie società; Rai Com, che gestisce il rilascio dei prodotti e dei diritti

---

<sup>71</sup> Guido Barlozzetti. *Il futuro della Rai sta in una holding*. ItaliaOggi, 17 giugno 1994  
<https://www.italiaoggi.it/archivio/il-futuro-della-rai-sta-in-una-holding-243458>.

d'autore Rai in tutto il globo terrestre; Rai Way, che si occupa dello sviluppo e del mantenimento delle reti di trasmissione e diffusione della radiotelevisione italiana; Rai Cinema, il cui obiettivo è quello di acquisire e, successivamente, gestire i diritti di utilizzazione di contenuti cinematografici, audiovisivi più in generale, per rafforzare il cinema italiano; e Tivù-TivùSat, che gestisce la piattaforma satellitare gratuita italiana <sup>72</sup>.

Rai Holding nascerà successivamente, a seguito della liquidazione IRI, il gruppo pubblico creato nel 1933 per la ricostruzione industriale, che negli anni Settanta era stato lottizzato dalle forze politiche e nei Novanta era divenuto una società per azioni con lo scopo di risanarlo <sup>73</sup>.

Ma la grandezza Rai nel rispondere ai continui cambiamenti derivanti dall'evoluzione tecnologica, che di conseguenza andava a modificare quelli che erano gli standard e i mezzi della comunicazione, dell'informazione e più in generale dei media, è stato creare, progressivamente, strutture e piattaforme in grado di mantenere la competizione con i nuovi soggetti del mondo della comunicazione, senza mai snaturarsi.

Perché la Rai ha sempre saputo modificarsi senza però perdere il proprio appeal di televisione pubblica, di televisione del popolo, e soprattutto la propria eleganza.

La via italiana alla “piattaformizzazione” non si può spiegare in un singolo passaggio, ma è l'aggregarsi di più movimenti da parte della Rai, di cui sicuramente il passaggio a Holding ne è parte, ma consiste in tutto ciò che rientra nell'apertura del proprio sito web, poi dell'accordo (in seguito sciolto e successivamente riformulato con una perdita netta stimata in un milione e mezzo di euro) con YouTube, ma forse il passaggio più significativo è stata l'istituzione di RaiPlay.

RaiPlay rappresenta la piattaforma streaming della Radiotelevisione italiana ed è una struttura della Rai.

I suoi “antenati” sono Rai Click TV e Rai.tv; sul primo era possibile visionare programmi che non erano inediti, ma erano già andati in onda sui canali Rai, non era quindi presente una vera e propria produzione di contenuti, inoltre non era possibile il download di tali programmi ma solo la visione. Per quanto riguarda invece Rai.tv, che prende il posto di Rai Click TV, fa la sua comparsa nel 2007 e al contrario del suo predecessore permette addirittura di seguire le dirette di alcuni canali, salvo quei canali o quei programmi il cui copyright non permetteva tale funzionalità.

Alcune delle novità di Rai.tv furono i contenuti inediti che venivano prodotti dalla piattaforma, come alcune video-interviste, approfondimenti, edizioni speciali di programmi e blog, funzionalità

---

<sup>72</sup> Rai.it – Il Gruppo Rai [https://www.rai.it/dl/rai/text/ContentItem-9e40fc26-6bca-4fc7-a682-50d48a0f19e0.html?refresh\\_ce](https://www.rai.it/dl/rai/text/ContentItem-9e40fc26-6bca-4fc7-a682-50d48a0f19e0.html?refresh_ce).

<sup>73</sup> Edoardo Borriello. *Dalla liquidazione IRI nasce Rai Holding*. La Repubblica, 30 settembre 2000 <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2000/09/30/dalla-liquidazione-iri-nasce-rai-holding.html>.

che fino a quel momento sembravo molto lontane. Ma la novità più interessante è quella che riguarda lo sviluppo di un'attività di podcasting.

Il podcast rappresenta, infatti, una parte del progetto di piattaforma, non solo della Rai ma del processo in generale.

Esso, infatti, nasce nel 2004 e inizia a diffondersi lentamente, trovando spazio anche nei piani Rai. Ovviamente il podcasting moderno non è e non va confuso con quello nato nei primi anni Duemila, può essere definito come “una complessa forma culturale ibrida, che andrebbe intesa come il prodotto di una rete, in evoluzione, di numerosi gruppi di attori, sia umani (produttori audio, curatori editoriali, sviluppatori di software) sia non umani (piattaforme, appunto, algoritmi, tecnologie di distribuzione)”<sup>74</sup>.

Il podcast in Italia ha rappresentato e continua a rappresentare un pubblico inferiore rispetto a radio e televisione e viene ascoltato quasi complementariamente agli altri due mezzi ma comunque in progressiva crescita.

In qualsiasi caso, il podcast rappresenta un perfetto esempio di piattaforma, perlomeno nel senso in cui viene inteso oggi, ovvero la terza fase del podcasting, poiché esso nasce come ecosistema “anti-piattaforma”, dove i contenuti sono dispersi, ma ora questa definizione sta perdendo terreno a discapito del podcasting inteso come mezzo emergente basato su piattaforme digitali, il cui mercato è trainato da abbonamenti o pubblicità<sup>75</sup>.

Dal 2016 Rai.tv diviene RaiPlay, la piattaforma streaming tutt'oggi in uso dagli utenti di tutta Italia. RaiPlay rispetto alle sue versioni precedenti dimostra molte innovazioni, tra le quali spicca la funzione restart, che permette a chi usufruisce della piattaforma di poter visualizzare il programma o l'evento dall'inizio senza perdersi nessun passaggio.

Inizialmente, RaiPlay non includeva dirette e canali radiofonici ma solo quelle televisive, un'esclusione che però non dura a lungo con l'istituzione di RaiPlay Radio, un anno dopo, la quale si occupa appunto dello streaming di ciò che concerne il prodotto radiofonico.

La connessione inter-piattaforme è evidente nel modo in cui si accede a RaiPlay, disponibile sia da app che da browser, effettuando l'iscrizione tramite Facebook, Twitter o Google, ed è possibile farlo direttamente su smart tv, dimostrando ancora una volta quanto questo processo di piattaforma stia diventando sempre più comune e semplice, alla portata di tutti.

Se inizialmente RaiPlay nasce come semplice piattaforma streaming, in anni recenti le sue funzionalità sono aumentate, ispirandosi a piattaforme come Netflix, o Prime Video, la cui programmazione trova forza nei cosiddetti “contenuti originali”.

---

<sup>74</sup> Martina Spinelli, Lance Dann. *Podcast, narrazioni e comunità sonore, postfazione di Tiziano Bonini*. Readkong, 1° novembre 2021 <https://it.readkong.com/page/il-nuovo-podcasting-comes-e-perche-cambiano-i-media-7746108>.

<sup>75</sup> Ivi.

RaiPlay, infatti, ha dato vita a un grande cambiamento, che le permetterà di competere e di stare al passo con le più nuove tecnologie e piattaforme che sono coinvolte nel processo di piattaforma: l'intenzione è proprio quella di produrre contenuti originali, fiction, film ma anche programmi e serie tv in grado di aumentare la competizione con i concorrenti.

Apripista di questa nuova fase della televisione italiana e della piattaforma è "Viva RaiPlay". A testimoniare l'importanza del progetto e la serietà che la Rai ha deciso di conferirgli, è stato scelto Fiorello come conduttore del nuovo programma <sup>76</sup>.

RaiPlay mette a disposizione degli utenti non un palinsesto ma un'ampia varietà di scelte. Per esempio, il reparto cinema è molto fornito data la grande programmazione di Rai Fiction e Rai Cinema, alle quali come abbiamo detto si aggiungono i contenuti originali creati dalla stessa Rai. Ovviamente, la piattaforma mette a disposizione del pubblico anche la semplice programmazione Rai, la quale può essere rivista in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo, insomma una vera e propria piattaforma moderna.

Inoltre, l'intenzione di RaiPlay è quella di continuare nel suo processo di miglioramento, semplificando l'utilizzo dell'applicazione e sviluppando nuovi contenuti esclusivi per RaiPlay, il che lascia spazio al pensiero che si voglia puntare forte sulla piattaforma quasi da farla diventare il principale mezzo di visione dei programmi Rai, almeno tra i più giovani.

La piattaforma RaiPlay è quindi sempre più impostata verso una tipologia di piattaforma della stessa modalità di Netflix, anche se rispetto a quest'ultima continua a mantenere una vera programmazione data dal fatto che la Rai come televisione rimane la principale fruizione dei programmi della Radiotelevisione italiana.

Una novità inedita nel processo di piattaforma della Rai invece è rappresentata da Rai Bridge, una nuova applicazione sperimentata dal Centro Ricerche e Innovazione Tecnologica Rai. Grazie a questa applicazione "l'utente può fruire di arricchimenti sincronizzati al programma TV grazie all'integrazione di una tecnologia di audio fingerprinting allo stato dell'arte" <sup>77</sup>.

In parole più semplici l'app permette allo spettatore di interagire, attraverso un'esperienza interattiva con i programmi Tv, permettendo di vedere i contenuti audiovisivi che gli autori hanno lasciato fuori da un film o da un programma con lo smartphone, mentre si guarda il programma stesso.

---

<sup>76</sup> Andrea Parrella. *Come funziona RaiPlay, il canale in streaming della Rai*. Fanpage <https://tv.fanpage.it/come-funziona-raiplay-il-canale-per-vedere-fiorello/>.

<sup>77</sup> Alberto Messina, Fulvio Negro. *Rai Bridge, un nuovo modo di guardare la TV*. Rai CRITS, 30 ottobre 2019 <http://www.crit.rai.it/CritPortal/?notizia=il-crits-lancia-rai-bridge&hlstring=rai+play>.

Grande piede stanno prendendo infatti questi contenuti interattivi, anche se i fruitori di RaiPlay, specialmente coloro che appartengono a una fascia d'età maggiore, lamentano la mancanza della funzione offline.

In un mondo sempre più interconnesso attraverso internet e le nuove piattaforme, la Rai ha dimostrato ancora una volta di riuscire a starci al passo, seppur con qualche ritardo o problema. I tempi sono caldi, le idee non mancano, per ora la Rai non sembra in “pericolo di vita”, ma è importante non perdere mai di vista il punto focale dell'innovazione tecnologica.

#### **4.2 UNA PIATTAFORMA EUROPEA, LA RAI E LE TELEVISIONI EUROPEE E NON**

Chiariamo un attimo meglio, intanto, il significato di “piattaformizzazione” e “platform society”. Quando si parla di piattaforma non bisogna fare l'errore di associarla a una singola definizione, essa infatti si presta a un'ampia varietà di significati. Le piattaforme sono una parte caratteristica del web 2.0, quasi potremmo considerarle il web 3.0, il loro approdo deriva proprio da una crisi del web 2.0 e dall'affermazione dei social media, infine lo sviluppo delle piattaforme di partecipazione e più in generale della società delle piattaforme <sup>78</sup>.

Infatti, spesso quando si parla di piattaforme il primo pensiero a cui si associano è proprio in relazione ai social media, tralasciando però le moltitudini di significati ai quali si presta il termine: il primo è sicuramente quello di cui si è parlato finora (e quello che meglio si sposa alla causa di questo testo), ovvero siti web come Facebook, Instagram e altri social media, che tendono ad aumentare le relazioni interindividuali e che offrono una pluralità di servizi.

Altri significati sono per esempio associabili con portali per l'e-commerce, siti online delle amministrazioni pubbliche, piattaforme per la partecipazione democratica, quelle di partiti politici (si entra qui in un concetto più ampio parlando di e-democracy, ovvero procedure di consultazione online, metodi di voto attraverso piattaforme digitali), per questa seconda categoria possiamo ricordare in Italia la piattaforma Rousseau; questo tipo di piattaforme nascono dalla necessità di offrire strumenti per l'e-government, attraverso cui si interpellano direttamente i cittadini su tematiche specifiche per esempio <sup>79</sup>. Questa grandissima varietà di significati ci porta a comprendere l'importanza e la centralità del concetto di piattaforma e quanto esse siano ormai parte della nostra vita tanto da portare gli studiosi a parlare di un processo di platformization <sup>80</sup>.

Tornando al discorso Rai, al suo radicale cambiamento e la rottura del modello tradizionale di televisione, va detto che la situazione va valutata a partire dagli anni Ottanta, quando gli scontri e le

---

<sup>78</sup> Michele Sorice, *Sociologia dei media, un'introduzione critica*, marzo 2020, 167.

<sup>79</sup> Emiliana De Blasio, *E-Democracy*, 2019, 104.

<sup>80</sup> Michele Sorice, 169.



tensioni avevano posto in essere un possibile rovesciamento dell'interesse sociale e istituzionale, mettendo in crisi il concetto di Rai intesa come servizio pubblico nazionale.

Nell'intera Europa, a partire dagli anni Novanta, è presente un clima di disaffezione verso il servizio pubblico nazionale, e in Italia questa cosa è molto evidente, soprattutto lo si vede nell'indecisione politica di regolamentare, una volta per tutte, l'intero sistema, che si nasconde dietro la volontà di avvantaggiare il sistema privato <sup>81</sup>.

D'altronde, questo sentimento antimonopolista verso il servizio pubblico affonda le sue radici in un pensiero liberale che stava piano piano prendendo piede sia negli Stati Uniti che in Europa, e in Italia il forte vincolo che lega politica e comunicazione rallenta il processo di liberalizzazione, con la Rai che continua ad essere in balia delle diverse maggioranze politiche al contrario di Fininvest e il resto delle televisioni private le quali non hanno nessun tipo di assegnazione legislativa.

Infatti, dopo il 1991 l'informazione mondiale sembra sottostare alle logiche americane che, in seguito agli avvenimenti del Golfo e del colpo di stato nell'Unione Sovietica, hanno ormai preso campo.

Nell'ottica di una televisione più europea, è necessaria una riforma istituzionale con la quale dovrebbe avere luogo un nuovo assetto del servizio pubblico.

Negli anni Novanta, infatti, si pose la vitale sfida per la Rai di puntare su uno scenario di mercato e tecnologico sopranazionale che necessitava altresì di una forte spinta data dalla politica nazionale, senza la quale tutto ciò non sarebbe stato possibile.

La sfida europea della Rai parte proprio in questi anni qui, come nel 1992 quando il presidente Rai Enrico Manca, nella relazione al convegno "Pubblico e Privato: l'industria della comunicazione di fronte all'Europa" afferma che la riforma della Rai debba partire due nodi centrali, ovvero la valorizzazione delle sue dimensioni d'impresa e la razionalizzazione del suo assetto giuridico istituzionale, dando vita alla proposta di una holding, con in testa una finanziaria editoriale capogruppo <sup>82</sup> (che, come si è visto precedentemente, si è poi verificato).

È proprio il processo di liberalizzazione della televisione che ha portato l'Italia a un sistema praticamente duopolistico, con la Rai e Fininvest che tengono saldamente sotto controllo il 90 per cento delle risorse pubblicitarie.

Quello spiegato fin qui riguarda come l'Italia si sia presentata alla sfida europea negli anni Ottanta e Novanta, con un sistema interno fortemente duopolistico e soprattutto con la forte necessità di regolamentare il sistema di televisione pubblica con quello privato.

---

<sup>81</sup> Franco Monteleone, 515.

<sup>82</sup> Ivi, 522.

Ma la storia italiana dimostra come la nostra televisione e la nostra radio, ma più in generale il nostro servizio d'informazione non sia così in ritardo rispetto a quello degli altri paesi.

Partendo dai inizi delle prime società di broadcasting, il cui primato è detenuto dall'istituzione della British Broadcasting Company, ovvero la BBC, il 18 ottobre 1922, il servizio italiano, che si affianca a quello francese, quello tedesco e a quello britannico nel tipo di organizzazione, ovvero monopolio pubblico del broadcasting, rimane sempre al passo con gli altri paesi Europei, arrivando però sempre un po' in ritardo.

È evidente ciò con l'analisi dimostrata nei capitoli precedenti a questo, nei quali si evidenzia come sia gli ascolti che gli abbonamenti ai vari gruppi che si sono succeduti nel corso degli anni siano stati inferiori rispetto ad altri paesi europei perlomeno fino all'istituzione della Rai.

Molto spesso il ritardo è anche stato dovuto a fattori riguardanti la politica o l'arretratezza della nostra economia che non hanno permesso uno sviluppo prettamente tecnico delle reti o dei mezzi funzionali al progredire del nostro servizio nazionale pubblico.

Negli anni, oltre ai format ripresi spesso da quelli di altre televisioni nazionali come quella americana, il fulcro del sistema Rai è stato guardare ai modelli esteri, specialmente a quella inglese. Un modello a cui si ispira la Rai è quindi proprio la BBC, anche se ora il modello Rai è molto lontano da quello inglese. Per i britannici infatti "l'audience non è un obiettivo ma il risultato di programmi di informazione e intrattenimento di alta qualità che attraggono milioni di telespettatori"

83

L'unico modo per avvicinare il modello Rai a quello britannico è quello di stravolgere la governance e puntare sulla qualità del prodotto, tralasciando, almeno in parte, l'equilibrio politico, come nella BBC, la quale viene controllata da esperti televisivi, e non politici, all'interno della fondazione BBC Trust.

Come in Italia, anche le televisioni pubbliche e tradizionali degli altri paesi stanno vivendo un po' la crisi della piattaformaizzazione, ormai sempre più inserite nella vita di tutti i giorni, perché sicuramente più facilmente seguibili. Questo discorso vale sia per la televisione che per la radio, poiché senza la possibilità di ascoltarsi un determinato programma in una fascia oraria giornaliera durante la quale si hanno, per esempio, impegni lavorativi, piattaforme come RaiPlay Radio, ma anche più semplicemente Spotify, forniscono la possibilità di non perdersi nessun contenuto.

Negli Stati Uniti è notizia recente che, per la prima volta, la televisione in streaming abbia superato quella tradizionale, la televisione nazionale. Si parla di un vero e proprio crollo della televisione nazionale con un aumento della visione di contenuti della tv in streaming del 22,6 per cento. I dati

---

<sup>83</sup> Roger Abravanel. *La Rai non va divisa ma rigovernata*. Il Corriere della Sera, 23 gennaio 2012  
[https://www.corriere.it/opinioni/12\\_gennaio\\_23/abravanel-rai-non-divisa-ma-rigovernata\\_aa9d3ddc-45a7-11e1-9389-b111b488a17.shtml](https://www.corriere.it/opinioni/12_gennaio_23/abravanel-rai-non-divisa-ma-rigovernata_aa9d3ddc-45a7-11e1-9389-b111b488a17.shtml).

rilevati da Nielsen risalgono al luglio del 2022 e si parla di una perdita, tra i soli giugno e luglio, del 41 per cento riguardo allo sport visto sulla televisione tradizionale <sup>84</sup>.

I segnali di questo “sorpasso” sono da intendere nella logica di ricambio generazionale, si parla ormai di già due generazioni che hanno smesso di seguire la televisione tradizionale, perlomeno con la stessa frequenza e la stessa passione delle generazioni precedenti.

Questo nuovo corso è dettato dalla richiesta di contenuti di maggiore qualità, investendo quindi su piattaforme di streaming a discapito quindi delle televisioni nazionali e tradizionali.

In Europa, al contrario degli Stati Uniti, la televisione satellitare sta tenendo il passo con le piattaforme di streaming, poiché punta ad assorbire quelle stesse piattaforme <sup>85</sup>. Dipenderà molto dalla capacità della banda larga di supportare i servizi, le quali, spesso, soffrono di non poche difficoltà <sup>86</sup>.

Per quanto riguarda il confronto tra le maggiori televisioni europee, prendendo in considerazione quella italiana insieme a quella britannica, tedesca, spagnola e francese, si nota come ormai tutte queste televisioni, dal 2016, abbiano almeno un canale che trasmette su digitale terrestre e un incremento dei canali in alta definizione.

Analizzando i grafici di uno studio condotto da Confindustria Radio Televisioni su dati CSA, DigitalUK, ALM, CNMC e altri, si evidenzia che l'Italia è il paese con più canali TV sul digitale terrestre in Europa, ben 132, molto distaccate si trovano invece Spagna (32), Francia (31) e Germania (48). Il perché dei dati di queste ultime due televisioni, che da sempre nel panorama europeo si sono dimostrate all'avanguardia, sono da ricercare nella diffusa competizione presente nei due stati delle piattaforme cavo e IPTV, da sempre rilevanti in questi paesi <sup>87</sup>.

L'ampio numero di canali che offre la televisione italiana va contestualizzato: il nostro paese è infatti quello con più editori, ben 37, a dimostrazione dell'importanza del mercato nazionale. Dietro si trovano Regno Unito, con 26 editor, e Germania, con 17.

Ciò che è da sottolineare è che la grande scelta di canali del nostro paese coincide con l'offerta di programmi più equilibrata, parlando di generi televisivi, in modo tale da soddisfare le esigenze di un pubblico molto più ampio e variegato <sup>88</sup>.

---

<sup>84</sup> Luca Tremolada. *Tv, negli Usa per la prima volta sorpasso dello streaming sulla visione via cavo*. Il Sole 24 ore, 18 agosto 2022 <https://www.ilssole24ore.com/art/negli-stati-uniti-la-prima-volta-sorpasso-streaming-tv-via-cavo-AEmvB5tB>.

<sup>85</sup> Una delle ultime trattative vede Sky, con l'offerta Sky Q, portare piattaforme come Netflix e Dazn all'interno della loro programmazione.

<sup>86</sup> Luca Tremolada, op. cit.

<sup>87</sup> Confindustria Radio Televisioni. *Offerta dei canali TV sulla piattaforma DTT in Europa nel 1H-2016*, <https://confindustriaradiotv.it/wp-content/uploads/2017/02/Canali-TV-sulla-piattaforma-DTT-in-Europa-1H-2016.pdf>.

<sup>88</sup> Ivi.

### 4.3 LA COMPETIZIONE ECONOMICA

La competitività di un'azienda o di qualsiasi altra attività lavorativa è, naturalmente, direttamente proporzionale alla capacità economica della stessa.

In Italia si sente molto spesso parlare di canone Rai, ovvero la tassa istituita per la prima il 2 febbraio del 1938, dal Governo fascista con il Regio decreto numero 246. L'intento era quello di finanziare la propaganda del regime fascista poiché la televisione nel nostro paese era ancora in fase di sperimentazione, diventerà poi una tassa per finanziare il servizio radiotelevisivo solo a partire dagli anni Cinquanta, quando l'utilizzo di televisione e radio cominciò a diventare parte integrante della cultura italiana e della vita degli italiani <sup>89</sup>.

Spesso e volentieri il canone è uno degli argomenti più dibattuti, non solo nei piani dirigenziali Rai, ma anche dai contribuenti, dagli italiani che pagano questa tassa. E, solitamente, il contesto non è mai positivo, questo perché gli italiani non ritengono giusto pagare una tassa per un servizio a detta di molti "scadente".

Tuttavia, il canone è una delle due principali fonti di sostentamento del nostro servizio pubblico radiotelevisivo, insieme alla pubblicità, e nonostante le lamentele degli italiani la Rai risulta essere una delle più efficienti, se non la più efficiente, televisioni in Europa, questo almeno è quanto risulta da un'indagine dell'European Broadcasting Union (EBU), ovvero l'unione delle televisioni e delle radio pubbliche europee.

Il dato vede la Rai prima in questa speciale classifica grazie al costo del canone che è il più basso in Europa, e al minor numero di dipendenti <sup>90</sup>.

Come riportano portali importanti come Ansa, la Rai è infatti la televisione che meno guadagna dalla riscossione del canone poiché i 1176 milioni guadagnati nel 2017 non sono equiparabili ai 4729 milioni della BBC, ai 3378 della televisione francese o addirittura ai 8122 milioni di radio e televisione tedesca.

Se andiamo a confrontare il nostro servizio pubblico con quello di Francia, Regno Unito, Germania e Spagna ci accorgeremo però che la Rai trova dal canone il 68 per cento dei ricavi complessivi, con la pubblicità che copre il 19 per cento e altre fonti che si prendono una fetta pari al 13 per cento.

Invece, televisioni come quella britannica e quella francese si sostentano per la maggior parte con il pagamento del canone, nel primo caso si tratta dell'82 per cento mentre nel secondo dell'81 per cento <sup>91</sup>.

---

<sup>89</sup> Patrizio Del Pidio, *Canone Rai: origini e storia della tassa più odiata dagli italiani*, InvestireOggi, 12 febbraio 2016 <https://www.investireoggi.it/fisco/canone-rai-origine-e-storia-della-tassa-piu-odiata-dagli-italiani/>.

<sup>90</sup> Carlo G. Lanzi. *La Rai è la tv di Stato europea più efficiente, con il canone più basso e con meno dipendenti*. Tv Zoom, 5 agosto 2019 <https://www.tvzoom.it/2019/08/05/77839/rai-tv-di-stato-europea-efficiente-economica/>.

<sup>91</sup> Ivi.

Inoltre, per quanto agli italiani non piaccia pagare il canone, esso trova un fondamento giuridico che ne legittima l'esistenza, è una tassa come un'altra, nello specifico "la sua istituzione deve rinvenirsi non tanto nell'esistenza di uno specifico rapporto contrattuale che lega il contribuente, da un lato, e l'Ente Rai, che gestisce il servizio pubblico, dall'altro, ma nel fatto che si tratta di una prestazione tributaria, fondata sulla legge, non commisurata alla possibilità effettiva di usufruire del servizio"<sup>92</sup>. Non sono comunque da dimenticare quelle televisioni europee che non richiedono il pagamento del canone, le quali sono sostanzialmente gratuite, tra le quali ricordiamo Portogallo, Ungheria, Paesi Bassi, nei quali i mezzi di finanziamento derivano da pubblicità o sovvenzioni statali<sup>93</sup>.

Analizzando meglio i nostri "vicini" d'oltralpe possiamo vedere il canone sia obbligatorio per chiunque possiede un televisore, viene riscosso annualmente ed è imputabile a tutte le persone che posseggano una casa, il costo varia poiché chi è residente in Francia, nel territorio continentale, paga 139 euro l'anno, mentre per coloro che vivono nei territori d'Oltremare si tratta di 89 euro, il che dimostra un aumento del costo dato che nel 2009 risultava essere di 116 euro. Inoltre, in Francia la pubblicità rappresenta circa il 9 per cento degli introiti.

Situazione diversa per la Germania, la quale detiene il più grande giro finanziario d'Europa riguardante il canone, che rappresenta l'85 per cento dei proventi del servizio pubblico, con la pubblicità che copre solo il 6 per cento, ed è soggetta sia a restrizioni d'orario che di tempo<sup>94</sup>.

Anche in Gran Bretagna il canone rappresenta il principale metodo di finanziamento, ed è stimato in 147 sterline all'anno, l'evasione di esso risulta minima poiché il "70 per cento degli inglesi si dichiara contento di pagarlo"<sup>95</sup>. Nel Regno Unito non hanno dubbi, il canone continuerà a rappresentare il principale metodo di finanziamento del servizio pubblico.

Diverso il discorso spagnolo, dove non è previsto il pagamento di questa tassa. Le fonti di finanziamento del servizio pubblico nazionale spagnolo, infatti, sono la pubblicità e le risorse allocate nel bilancio. Questo almeno fino al 2009, quando si decise di eliminare la pubblicità e le televendite nel servizio di televisione pubblica. Il tutto viene compensato dal pagamento di una percentuale che grava sulle società di telecomunicazioni, emittenti private e sugli esecutori delle televisioni a pagamento.<sup>96</sup>

---

<sup>92</sup> Cfr. Corte di cassazione, Sezioni Unite 20 novembre 2007, n. 24010.

<sup>93</sup> Boris Bivona. *Tassa sulla tv, Italia ed Europa un confronto a tutto campo*. Fisco Oggi, 30 gennaio 2009 <https://www.fiscooggi.it/rubrica/dal-mondo/articolo/tassa-sulla-tv-italia-ed-europa-confronto-tutto-campo>.

<sup>94</sup> Nei giorni feriali addirittura si parla di 20 minuti massimo al giorno.

<sup>95</sup> Roger Abavanel, op. cit. [https://www.corriere.it/opinioni/12\\_gennaio\\_23/abavanel-rai-non-divisa-marigovernata\\_aa9d3ddc-45a7-11e1-9389-b1111b488a17.shtml](https://www.corriere.it/opinioni/12_gennaio_23/abavanel-rai-non-divisa-marigovernata_aa9d3ddc-45a7-11e1-9389-b1111b488a17.shtml).

<sup>96</sup> Camera dei deputati. *I sistemi radiotelevisivi pubblici di Francia, Germania, Regno Unito, e Spagna, con particolare riferimento alla governance e ai meccanismi di finanziamento*. 2018 [https://temi.camera.it/leg17/post/i\\_sistemi\\_radiotelevisivi\\_pubblici\\_di\\_francia\\_germania\\_regno\\_unito\\_e\\_spagna\\_con\\_particolare\\_riferimento\\_alla\\_governance\\_e\\_ai\\_meccanismi\\_di\\_finanziamento.html?tema=temi/la\\_riforma\\_della\\_rai](https://temi.camera.it/leg17/post/i_sistemi_radiotelevisivi_pubblici_di_francia_germania_regno_unito_e_spagna_con_particolare_riferimento_alla_governance_e_ai_meccanismi_di_finanziamento.html?tema=temi/la_riforma_della_rai).

Questo a dimostrare come le fonti di sostentamento siano diverse a seconda di ogni paese, c'è chi punta più sul canone, chi un misto tra questo e la pubblicità, chi ha deciso di non utilizzare nessuno dei due, chi propone proprio una televisione gratuita.

La competizione economica tra le varie televisioni pubbliche europee si gioca su questi aspetti e sullo sfruttamento di queste risorse per produrre sempre un prodotto all'avanguardia capace di soddisfare le richieste e i gradimenti del pubblico.

In Italia, a partire dal 2016, il pagamento del canone Rai è accorpato al pagamento della bolletta elettrica, per ridurre al minimo le chance di evasione della tassa da parte dei contribuenti, ma se l'Italia dovesse rimuovere il pagamento del canone all'interno della bolletta elettrica, il rischio ci sarebbe in base a ciò che si evince dagli impegni sottoscritti dall'Italia per accedere ai fondi del Pnrr <sup>97</sup>, allora l'evasione potrebbe tornare a salire, il che comporterebbe delle perdite pesantissime per la concessionaria.

Tuttavia, il settore televisivo è più che ottimista, poiché in prospettiva si stima una crescita dei ricavi provenienti da operatori italiani, grazie soprattutto alla ripresa della pubblicità ma anche, in particolar modo, grazie allo sfruttamento dei servizi streaming, con un passaggio al digitale 2.0 previsto per il 2023 <sup>98</sup>.

La situazione economica degli ultimi anni vede un buon lavoro svolto dal Gruppo Rai, anche se confrontando il 2019 con il 2013 si nota una perdita di 45 milioni e “guardando in avanti le entrate da canone si ridurranno per l'estinguersi dell'effetto del recupero dell'evasione (assorbito sempre più dalle finanze dello Stato), il che richiederà un aggiustamento sul lato dei costi” <sup>99</sup>.

Ciò che risulta da questa analisi è che l'accorpamento del pagamento del canone alla bolletta elettrica è stato positivo, poiché i ricavi da canone sono aumentati, ma il peggioramento dei ricavi da pubblicità e dei ricavi commerciali ha portato una perdita di 135 milioni di euro, il tutto porta a una perdita di 45 milioni circa (44,8 per la precisione), che senza l'aiuto fornito dal pagamento del canone attraverso la bolletta sarebbe stato di quasi il doppio, ovvero 88 milioni <sup>100</sup>.

---

<sup>97</sup> Piano nazionale ripresa resilienza, il piano approvato nel 2021 dopo la pandemia COVID-19, per permettere lo sviluppo verde e digitale del paese.

<sup>98</sup> Rai News. *Mediobanca: in Europa Rai con il canone più basso, ma in cima per redditività*. 2 febbraio 2022 <https://www.rainews.it/articoli/2022/02/mediobanca-in-europa-rai-con-il-canone-piu-basso-ma-in-cima-per-redditivita-367e1c8b-7d7c-4689-9c23-03e6771538da.html>.

<sup>99</sup> Osservatorio Conti Pubblici Italiani. *Rai, ecco come sono cambiati i conti: in sei anni persi 45 milioni*. La Repubblica, 15 novembre 2020 [https://www.repubblica.it/politica/2020/11/15/news/rai\\_bilancio\\_studio-274395647/?ref=RHTP-BH-I273664141-P6-S1-T1](https://www.repubblica.it/politica/2020/11/15/news/rai_bilancio_studio-274395647/?ref=RHTP-BH-I273664141-P6-S1-T1).

<sup>100</sup> Ivi.

In sostanza la Rai, a fronte delle varie difficoltà, rimane sempre un'emittente di livello, l'emittente del popolo italiano, poiché risulta ancora la più seguita tra le televisioni presenti in Italia, con il 35,17 per cento di share nelle 24 ore, a discapito di Mediaset (32,07 per cento) <sup>101</sup>.

I canali Rai risultano essere anche i più visti in prima serata, contro ogni pronostico date le continue lamentele da parte dei contribuenti.

Sicuramente l'incidenza della pandemia COVID-19 ha influito su questi dati, aumentando significativamente le quote.

Questo dato dimostra la grandezza dall'azienda Rai, che a fronte di tutte le difficoltà degli ultimi anni, la rivoluzione tecnologica, la crescente competizione economica, il ruolo assunto dalle piattaforme, ha sempre dimostrato di riuscire, in un modo o nell'altro, a sopravvivere ai tempi e a macinare nuovi mezzi, mai sgretolando la sua storia, ma aggiungendo ogni volta qualcosa di nuovo. Perché "Mamma Rai" è, e sarà sempre, la radiotelevisione pubblica della nostra Nazione.

---

<sup>101</sup> Bubino Blog. *I canali più visti del 2020: Rai 1 supera Canale 5, nel totale azienda Rai batte Mediaset*. Analisi dati de Il Sole 24 ore, 31 dicembre 2020 <https://bubinoblog.altervista.org/i-canali-tv-piu-visti-del-2020-rai1-supera-canale-5-nel-totale-azienda-rai-batte-mediaset/>.

## CONCLUSIONI: L'ETERNA RAI

La Rai, o prima di lei URI ed EIAR, ha rappresentato nell'arco di questi cento anni, una costante per il popolo italiano, ha creato un punto fisso nella vita di ciascuno di noi, con la sua fermezza, il suo stile e, appunto, la sua storia.

A partire dagli inizi, tra mille difficoltà, ritardi, censure, propaganda, il punto fermo della sua forza è stato il pubblico a cui si riferiva, ovvero l'intera popolazione italiana, cercando di allietare la vita e l'esistenza di generazioni e generazioni.

Nei primi anni di vita il nostro servizio pubblico di radiotelevisione ha fortemente risentito dell'impronta fascista, della censura applicata su tutte le emittenti e della guerra; il mestiere del giornalista radiotelevisivo ha visto la luce anche grazie a eventi come questo, con la fondazione del giornale orario, dei primi collegamenti con i posti in cui era presente un evento degno di essere raccontato attraverso un microfono.

In base a quanto analizzato all'interno del testo si evince una centralità dell'azienda Rai, anche dopo l'avvento delle televisioni private, poiché tutt'oggi risulta essere la televisione più seguita, forte della capacità intrinseca di rinnovarsi ogni qual volta il mercato lo richiedesse, forte del suo titolo di televisione pubblica italiana, avendo quindi un popolo, una nazione da rappresentare.

Anche nei momenti più scoraggianti della storia Rai, essa ha saputo formarsi di professionisti, di gente capace di emozionare, vedi Tito Stagno e la sua diretta continua sull'allunaggio, e di trasportare all'interno di un sentimento nazionale, che ha sempre contraddistinto questa radiotelevisione.

Ciò che la Rai ha dimostrato di saper fare è stato superare le difficoltà senza mai distruggere e ripartire da zero, ma costruendo un pezzo alla volta, addossando di volta in volta il nuovo al vecchio, senza cancellare la propria storia e mantenendo un'identità ben precisa.

La Rai ha dimostrato di avere nel proprio DNA una sorta di eternità, un siero di lunga vita che deriva anzitutto dalla competenza di chi gestisce l'azienda Rai, ma anche dalla perfetta commistione di storia, classe e la voglia di modernità che dimostra: non a caso uno degli ultimi innesti all'interno della scuderia Rai è Alessandro Cattelan, uno dei migliori presentatori, se non il migliore, in Italia, che interpreta il suo ruolo ricordando molto il talk show all'americana, stile Jimmy Fallon per intenderci.

Il problema sorge proprio su questo punto: se da un punto di vista puramente tecnico la Rai ce la mette tutta per portare modernità nei suoi programmi, nei suoi format, il pubblico giovane, tuttavia, non segue la Rai quanto altre televisioni o piattaforme.

Se il lockdown aveva alzato i numeri degli ascolti, nel 2021 i dati sull'audience sono scesi al disotto di quelli del 2019, poiché piattaforme come Dazn, Netflix e Prime Video attirano molto di più il



pubblico, soprattutto quello giovane appunto. Uno dei motivi è quello di trasmettere i nuovi canali digitali solo sugli schermi che supportano il nuovo standard televisivo Mpeg4, tagliando fuori una grandissima fetta di televisori e di famiglie che non possiedono un televisore del genere.

Non a caso, il pubblico la cui percentuale diminuisce maggiormente è quello dell'età compresa tra i 20 e i 24 anni, e anche quello che va dai 25 ai 34, complici la comparsa di piattaforme che permettono la visione di eventi sportivi e di una vasta gamma di film <sup>102</sup>.

La nascita della piattaforma RaiPlay non sta spostando di molto gli equilibri, anzi in molti lamentano la mancanza della funzione "offline", senza la connessione.

Insomma, la Rai ora si trova davanti la sfida più dura di tutta la sua storia, ma come ha dimostrato già più volte, la nostra radiotelevisione pubblica sa qual è la sua storia, cosa rappresenta e saprà spuntarla anche questa volta, perché il giorno in cui la Rai cesserà di esistere sarà come se una parte di ognuno di noi venisse a mancare.

Perché il destino della Rai è quello di continuare, in eterno, ad illuminare le nostre case coi suoi schermi.

Perché "Mamma Rai" è una parte della nostra storia.

---

<sup>102</sup> Marco Miele, *Italiani in fuga dalla televisione, i giovani e i laureati guidano l'esodo*, il Quotidiano del Sud, 4 gennaio 2022 <https://www.quotidianodelsud.it/laltravoce-dellitalia/il-dibattito-e-le-idee/televisione/2022/01/04/italiani-in-fuga-dalla-televisione-i-giovani-e-i-laureati-guidano-lesodo>.

## BIBLIOGRAFIA

- CRAPIS, GIANDOMENICO, Enrico Menduni. *Il frigorifero del cervello: Il Pci e La Televisione Da "Lascia o Raddoppia?" Alla Battaglia Contro Gli Spot*. Roma, Editori Riuniti, 2002.
- DE BLASIO, EMILIANA. *E-Democracy*. Firenze, Mondadori università, 2019.
- MENDUNI, ENRICO. *Televisione e Radio Nel XXI Secolo*. Bari, Editori Laterza, 2019.
- MONTELEONE, FRANCO. *Storia Della Radio e Della Televisione in Italia: Costume, Società e Politica*. Venezia, Marsilio, 2021.
- PIAZZONI, IRENE. *Storia Delle Televisioni in Italia: Dagli Esordi Alle Web TV*. Roma, Carocci editore, 2021.
- SORICE, MICHELE. *Sociologia Dei Media: Un'introduzione Critica*. Roma, Carocci editore, 2020.

## SITOGRAFIA

- CORGIOLU, ELEONORA. *Maria Luisa Boncompagni: il Giallo del Primo Annuncio Radiofonico*. Radiospeaker.it, 27 maggio 2013 <https://www.radiospeaker.it/blog/maria-luisa-boncompagni-giallo-primo-annuncio-radiofonico/>.
- ROSI, DANIELE. *L'Unione radiofonica italiana tra il 1923 e il 1927: storia e contesto politico*. "Bibliomanie. Letteratura, storiografie, semiotiche" 49, no. 9, giugno 2020 <https://www.bibliomanie.it/?p=4069>.
- DEL PIDIO, PATRIZIA. *Canone Rai: origine e storia della tassa più odiata dagli italiani*. Investireoggi.it, 12 febbraio 2016 <https://www.investireoggi.it/fisco/canone-rai-esce-dalla-bolletta-ed-entra-nel-bollo-auto-ma-paga-anche-chi-non-guida/>.
- Storia della radio. *La storia della radio dal 1949 al 1960*. storiadellaradio.rai.it, 12 marzo 2012 [http://www.storiadellaradio.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-117dd806-169c-49ce-958c-39efa84bf6af.html?refresh\\_ce](http://www.storiadellaradio.rai.it/dl/portali/site/articolo/ContentItem-117dd806-169c-49ce-958c-39efa84bf6af.html?refresh_ce).
- DE ROSA, DANILO. *La diretta – e la svista – della Rai sull'allunaggio*. Il Post, 14 luglio 2019 <https://www.ilpost.it/2019/07/14/allunaggio-rai-tito-stagno/>.
- COZZI, EMILIANO. *Tito Stagno, la voce che ha raccontato l'allunaggio: "Andare sulla Luna in quelle condizioni fu una follia"*. Wired, 16 luglio 2019 <https://www.wired.it/scienza/spazio/2019/07/16/tito-stagno-intervista-apollo-11-luna/>.
- 20 luglio, il lungo speciale della Rai sull'allunaggio*. Rai Teche, 16 luglio 2018 <https://www.teche.rai.it/2018/07/20-luglio-1969-la-notte-della-luna-2/>.
- Rai Cultura. *Addio a Tito Stagno*. Rai Cultura, 4 luglio 2019 <https://www.raicultura.it/storia/articoli/2019/07/Ha-toccato-5dddea19-19c3-418d-ad87-3de9a6d5aedf.html>.

VATINNO, GIUSEPPE. 1969: *l'allunaggio all'italiana nella polemica tra Tito Stagno e Ruggero Orlando*. VNY La Voce di New York, 20 luglio 2019 <https://lavoicedinewyork.com/news/primo-piano/2019/07/20/1969-allunaggio-allitaliana-nella-polemica-tra-tito-stagno-e-ruggero-orlando/>.

*Alla Rai in esclusiva un canale del satellite Olympus*. La Repubblica, 23 novembre 1984 <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1984/11/23/alla-rai-in-esclusiva-un-canale-del.html>.

*Avaria al satellite dopo la notte delle stelle*. La Repubblica, 19 agosto 1993 <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1993/08/19/avaria-al-satellite-dopo-la-notte-delle.html>.

Redazione. *25 anni fa nasceva il primo sito web al mondo: info.cern.ch*. Ingenio-web.it, 6 agosto 2016 <https://www.ingenio-web.it/14776-25-anni-fa-nasceva-il-primo-sito-web-al-mondo-infocernch#:~:text=Si%20trattava%20di%20una%20pagina,%20informatico%20Tim%20Berners%20Lee>.

SIMONETTA, BIAGIO. *La Rai cancella 50mila video da YouTube. Spariti video storici*. Il Sole 24 ore, 3 giugno 2014 <https://st.ilsole24ore.com/art/notizie/2014-06-03/la-rai-cancella-50mila-video-youtube-spariti-video-storici-193006.shtml?uuid=ABtLRQNB>.

Rai Like. *Analisi dei social network in ambito televisivo*. 2016 <http://www.crit.rai.it/eletel/2016-2/162-5.pdf>

Tv e social web. *La seconda vita del contenuto televisivo*. 2015 <http://www.crit.rai.it/eletel/2015-1/151-5.pdf>.

Rai Ufficio Stampa. *Rai prima media company in Italia per interazioni social a febbraio*. 19 marzo 2019 <https://www.rai.it/ufficiostampa/assets/template/us-articolo.html?ssiPath=/articoli/2019/03/Rai-prima-media-company-in-Italia-per-interazioni-social-a-febbraio--be2274f6-9d19-4e78-b910-6ccf110b0722-ssi.html>.

KOUAM, VALÉRIE JOELLE. *Il regime mediatico in Italia: 1994-1995*. Cahiers d'études italiennes, 11/2010, 171-181 <https://journals.openedition.org/cei/134?lang=it#quotation>.

BARLOZZETTI, GUIDO. *Il futuro della Rai sta in una holding*. ItaliaOggi, 17 giugno 1994 <https://www.italiaoggi.it/archivio/il-futuro-della-rai-sta-in-una-holding-243458>.

Rai.it – Il Gruppo Rai [https://www.rai.it/dl/rai/text/ContentItem-9e40fc26-6bca-4fc7-a682-50d48a0f19e0.html?refresh\\_ce](https://www.rai.it/dl/rai/text/ContentItem-9e40fc26-6bca-4fc7-a682-50d48a0f19e0.html?refresh_ce).

BORRIELLO, EDOARDO. *Dalla liquidazione IRI nasce Rai Holding*. La Repubblica, 30 settembre 2000 <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2000/09/30/dalla-liquidazione-iri-nasce-rai-holding.html>.

SPINELLI, MARTINA; DANN, LANCE. *Podcast, narrazioni e comunità sonore, postfazione di Tiziano Bonini*. Readkong, 1° novembre 2021 <https://it.readkong.com/page/il-nuovo-podcasting-come-e-perche-cambiano-i-media-7746108>.

PARRELLA, ANDREA. *Come funziona RaiPlay, il canale in streaming della Rai*. Fanpage <https://tv.fanpage.it/come-funziona-raiplay-il-canale-per-vedere-fiorello/>.

MESSINA, ANDREA; NEGRO, FULVIO. *Rai Bridge, un nuovo modo di guardare la TV*. Rai CRITS, 30 ottobre 2019 <http://www.crit.rai.it/CritPortal/?notizia=il-crits-lancia-rai-bridge&hlstring=rai+play>.

ABRAVANEL, ROGER. *La Rai non va divisa ma rigovernata*. Il Corriere della Sera, 23 gennaio 2012 [https://www.corriere.it/opinioni/12\\_gennaio\\_23/abravanel-rai-non-divisa-ma-rigovernata\\_aa9d3ddc-45a7-11e1-9389-b1111b488a17.shtml](https://www.corriere.it/opinioni/12_gennaio_23/abravanel-rai-non-divisa-ma-rigovernata_aa9d3ddc-45a7-11e1-9389-b1111b488a17.shtml).

TREMOLADA, LUCA. *Tv, negli Usa per la prima volta sorpasso dello streaming sulla visione via cavo*. Il Sole 24 ore, 18 agosto 2022 <https://www.ilsole24ore.com/art/negli-stati-uniti-la-prima-volta-sorpasso-streaming-tv-via-cavo-AEmvB5tB>.

Confindustria Radio Televisioni. *Offerta dei canali TV sulla piattaforma DTT in Europa nel 1H-2016*, <https://confindustriaradiotv.it/wp-content/uploads/2017/02/Canali-TV-sulla-piattaforma-DTT-in-Europa-1H-2016.pdf>.

LANZI, CARLO G. *La Rai è la tv di Stato europea più efficiente, con il canone più basso e con meno dipendenti*. Tv Zoom, 5 agosto 2019 <https://www.tvzoom.it/2019/08/05/77839/rai-tv-di-stato-europea-efficiente-economica/>.

BIVONA, BORIS. *Tassa sulla tv, Italia ed Europa un confronto a tutto campo*. Fisco Oggi, 30 gennaio 2009 <https://www.fiscooggi.it/rubrica/dal-mondo/articolo/tassa-sulla-tv-italia-ed-europa-confronto-tutto-campo>.

Camera dei deputati. *I sistemi radiotelevisivi pubblici di Francia, Germania, Regno Unito, e Spagna, con particolare riferimento alla governance e ai meccanismi di finanziamento*. 2018 [https://temi.camera.it/leg17/post/i\\_sistemi\\_radiotelevisivi\\_pubblici\\_di\\_francia\\_germania\\_regno\\_unito\\_e\\_spagna\\_con\\_particolare\\_riferimento\\_alla\\_governance\\_e\\_ai\\_meccanismi\\_di\\_finanziamento.html?tema=temi/la\\_riforma\\_della\\_rai](https://temi.camera.it/leg17/post/i_sistemi_radiotelevisivi_pubblici_di_francia_germania_regno_unito_e_spagna_con_particolare_riferimento_alla_governance_e_ai_meccanismi_di_finanziamento.html?tema=temi/la_riforma_della_rai).

Rai News. *Mediobanca: in Europa Rai con il canone più basso, ma in cima per redditività*. 2 febbraio 2022 <https://www.rainews.it/articoli/2022/02/mediobanca-in-europa-rai-con-il-canone-piu-basso-ma-in-cima-per-redditivita-367e1c8b-7d7c-4689-9c23-03e6771538da.html>.

Osservatorio Conti Pubblici Italiani. *Rai, ecco come sono cambiati i conti: in sei anni persi 45 milioni*. La Repubblica, 15 novembre 2020 [https://www.repubblica.it/politica/2020/11/15/news/rai\\_bilancio\\_studio-274395647/?ref=RHTP-BH-I273664141-P6-S1-T1](https://www.repubblica.it/politica/2020/11/15/news/rai_bilancio_studio-274395647/?ref=RHTP-BH-I273664141-P6-S1-T1).

Bubino Blog. *I canali più visti del 2020: Rai 1 supera Canale 5, nel totale azienda Rai batte Mediaset*. Analisi dati de Il Sole 24 ore, 31 dicembre 2020 <https://bubinoblog.altervista.org/i-canali-tv-piu-visti-del-2020-rai1-supera-canale-5-nel-totale-azienda-rai-batte-mediaset/>.



