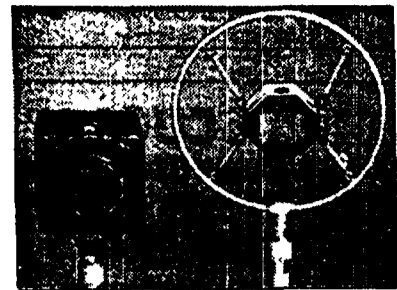


La capitale va in onda

Quante sono le emittenti libere locali? Un giro al volo su alcune frequenze per saggiarne le chiacchiere e la musica, i palinsesti e gli indici di ascolto



Mille voci sulla città

Voci della città, voci che «sfilano» rumorose su modulazioni di frequenza, che si rincorrono, si sovrappongono, si sfidano. Agli albori del '90 un viaggio tra le voci radiofoniche della città, quelle antenne «locali» che durano qualche mattino, altre che reggono, si espandono, vengono assorbite da potenti network. Voci libere e voci commerciali che si contendono l'etere a colpi di «audience».

MARISTELLA IERVASI STEFANIA SCATENI

Tante, varie, discordanti e armoniose voci sulla città, voci radiofoniche si intende. Ma quante sono, come operano, a chi si rivolgono? E difficili da fare un censimento preciso; antenne e ripetitori nascono come funghi e muoiono altrettanto velocemente, molte cambiano la sede e altre la frequenza di trasmissione; alcune vengono ingoiate da qualche network, altre si associano a circuiti più grandi. L'unica vera catalogazione possibile va ora fatta sulla base dei dati di ascolto.

Due sono i grandi fenomeni legati alla nostra città. I due colossi che si contendono fette consistenti di etere: il gruppo Dimensione Suono e Teleradio. Quest'ultimo, che anche se hanno ormai diffusione nazionale, sono in assoluto le due emittenti più seguite in città con circa 500.000 ascoltatori in un giorno medio per Dimensione Suono (103.100 MHz) e 300.000 per Teleradio (92.700 e 94.500 MHz).

Alle spalle di questi due «colossi», con un'audience intorno

prettamente commerciale e mezzo d'informazione. I giochi si sono mescolati, ormai quasi tutte le emittenti fanno anche informazione, pur se per la maggior parte questo vuol dire fornire semplicemente brevi notiziari, spesso confezionati con notizie d'agenzia. Con poco sforzo e senza avere a disposizione giornalisti professionisti, ogni radio può dire di fare anche informazione, un elemento che, oltre ad essere distintivo, permette di usufruire delle facilitazioni previste dalla legge sull'editoria. Ma nessuna radio, a parte le due citate e la nuova Voglia di Radio, fa informazione locale seria. Con l'eccezione dello sport, che è il vero cavallo di battaglia delle radiofonie locali. La domenica pomeriggio molte radio offrono telecronache dirette delle partite di Roma e Lazio, in concorrenza con «Tutto il calcio minuto per minuto» della Rai.

Ma non solo di radio commerciali è popolato l'etere romano. Basta espandere la modulazione di frequenza e l'«onda» chiama l'attenzione sulle emittenti comunitarie e su quelle di estrazione cattolica. Sia le une che le altre non hanno fine di lucro e non «servono» pubblicità. Si finanziano con le sottoscrizioni degli ascoltatori e, pur non figurando in nessun indice audio, sono molto seguite. Le prime offrono nastri-edicola e ampio spazio alla voce cittadina; le seconde trasmettono anche la Santa Messa in latino.



Cuffie e apparecchi per captare le voci dal cielo di Roma



Spizzicando in Fm: da «Idea» a «Vaticana»

Circuito Radio Centro Idea. 89.100, 88.100, 93.000 Mhz; diffusa a Roma e nel nord Lazio. Via Gerolamo Cardano 184, tel.5579235. Trasmette selezioni musicali, di notte programmi in voce con informazione locale.

Radio Centro Suono e Radio Centro Suono Due. 101.300, 88.050 Mhz; diffusa a Roma e nel Lazio. Via salvatore Talamo 47, tel.2598435. Centro suono due trasmette solo musica. Centro suono trasmette in diretta dalle 7 alle 24, black music, classifiche, informazione.

Emme 100. 100.000 Mhz; diffusione nel Lazio. Via P. Leonardi Cattolica 3, tel.352760. Musica (hit del passato) e informazione, dalle 6 alle 22, in diretta e dalle 22 alle 6 registrate.

Radio Incontro. 105.000, 96.800 Mhz; diffusione Roma e Lazio. Viale Mazzini 142, tel.3251345. Conduzioni in studio, musica, informazione e sport, 24 ore su 24.

Radio Luna. 99.300 Mhz; diffusione centro Italia. Viale Mazzini 119, tel.318052. Trasmette 24 ore su 24 e easy listening, intrattenimento e giornali radio.

Radio Radio. 104.500 Mhz; diffusa a Roma, Milano e altre città. Via Gabriele Camorzi 1, tel.317444. Talk show, sport e servizio d'informazione sul traffico (Meteo-traffic) a livello nazionale 24 ore su 24.

Radio Roma. 103.900, 107.400 Mhz; diffusione Italia centrale. Via Trionfale 168, tel.315832. Ha festeggiato il suo 15 compleanno la settimana scorsa. Trasmette 24 ore in diretta non stop musica, programmi culturali, tre rubriche sportive quotidiane e 24 notiziari. Ha una fascia specializzata notturna in musica rock. Ha la prerogativa di trasmettere concerti dal vivo in studio.

Radio Serena Stereo e Serena Due. 99.400, 93.100, 95.300 Mhz; diffusione Roma e Lazio. Via Antonio Cantore 17, tel.3250344. Serena due trasmette nelle 24 ore solo musica italiana e straniera. Radio Serena divide la programmazione (dalle 7 alle 20) in quattro fasce con conduttori in diretta: musica italiana, cantanti italiani in studio, informazioni e notiziari d'agenzia. Dalle 20 in poi selezione in compact disc.

Radio Vaticana. 93.300, 96.300, 103.800, 105.000 Mhz; diffusione nazionale. Città del Vaticano, tel.69823551. Trasmette dalle 6.30 alle 24 in diretta con rubriche religiose e notiziari in lingua italiana, tedesca, inglese e spagnola; messa in latino alle 7.30 e il primo sabato del mese il rosario recitato dal Papa. Dalle 24 alle 2 musica classica e leggera (Studio A) solo sui 93.300 e 105.000.

Rete 105. 96.050, 96.250 Mhz; diffusione nazionale. Sede a Milano. Programmazione unificata per tutta l'Italia 24 ore su 24; in prevalenza musica, notiziari, rubriche, quiz.

Tele Radio Canale A. 102.600, 88.200 Mhz; diffusione nel centro e nel sud-est della città. Via delle Rose 114, tel.2589100. 24 ore su 24 musica, intrattenimento, servizi sui problemi di Roma.

Tv Voxon. 100.700 Mhz; diffusione Roma e provincia. Via Brennero 4, tel.891638. Solo musica, di tutti i tipi, 24 ore su 24. □Ma/er-St.S.

Roma Italia Radio 94.800-97.000-105.550

Radio Dimensione Suono 103.100

Informazione Un servizio ai cittadini

Era la sede della radio privata più amata, Radio Blu, ed è stata anche quella di Roma Italia Radio. Siamo andati a via Palestro 73 in pieno trasloco; l'anima romana di Italia Radio si sposterà infatti in una nuova sede e riprenderà regolari trasmissioni dopo l'estate.

Roma Italia Radio è nata nel luglio '88, due mesi dopo l'inizio delle trasmissioni di mamma Italia Radio come redazione regionale del circuito nazionale. Ma col tempo la sua formula si è leggermente differenziata, aprendo molto spazio della sua programmazione alla musica, anche se l'informazione rimane il pilastro della filosofia dei palinsesti di Roma Italia Radio. «La nostra radio - dicono i redattori romani - vuole essere un servizio e un luogo aperto al dibattito. Nella nostra città manca una radio caratterizzata come radio cittadina, la nostra è l'unica esperienza che c'è. Cerchiamo di essere quindi un servizio, anche se andiamo in onda nelle fasce orarie meno ascoltate e gli spazi che abbiamo sono limitati». Roma Italia Radio, infatti, non trasmette tutto il giorno; la sua programmazione si incastra su quella del circuito nazionale. Ha cinque minuti ogni ora per le notizie locali a partire dalle 8.55, circa due ore e mezzo a metà giornata, dalle 12.20 alle 15 e una fascia serale dalle 18.40 alle 22.30. In queste fasce più lunghe vanno in onda i due notiziari centrali, con servizi e interviste, preparati dai cinque giornalisti della redazione. La giornata tipo di Roma Italia Radio si apre con una rassegna stampa della cronaca locale e, tra un flash e l'altro, si pianifica il notiziario delle 12.30, inserito nel programma contenitore «Sotto la lente» che tutti i giorni, dalle 12.20 alle 15, alterna servizi di attualità, programmi musicali e filo diretto con gli ascoltatori sui problemi dei cittadini. Nel pomeriggio riprendono i flash a scadenza oraria e alle 19 viene trasmesso il notiziario centrale della sera. Dopo il notiziario inizia la programmazione musicale, coordinata da Daniela Amenta, che propone numerosi programmi specializzati. «La musica è uno dei veicoli di comunicazione più funzionali», ci dice Daniela. «Noi abbiamo scelto la formula dei programmi specializzati che forse è un modo vecchio di proporre la musica. Ma, mancando di un palinsesto completo, vogliamo utilizzare le ore che abbiamo mandando un messaggio specifico. Facciamo molti speciali e retrospettive, puntiamo all'informazione anche nella musica. Ci sono in media tre programmi per sera ai quali lavorano venti persone, compresi gli interni, tra i quali molti musicisti e giornalisti».

Informazione e comunicazione sono le parole d'ordine della radio. «Vogliamo partire dal partito», dicono in redazione - ma non essere il suo megafono. Autonomia e apertura sono i valori che ci permettono di ampliare i nostri orizzonti. Vogliamo cercare il contatto con il pubblico ed essere soprattutto una radio. □Sr.S.

Un network partito in quarta

È il fenomeno radiofonico romano, ma «Radio Dimensione Suono Network» è ormai una radio nazionale. Nata nel '76 e rilevata nell'81 da Eduardo Montefusco, l'attuale presidente, è rimasta una radio regionale fino a che, tre anni fa, la Fininvest ne ha presa la concessione pubblicitaria attraverso la Publitalia. «Dimensione Suono» è ora formata da tre emittenti, «Radio Dimensione Suono Network», «Dimensione Suono Due» e «Dimensione Suono Rock», con diverse programmazioni. Di questa industria radiofonica ci ha parlato il presidente.

Giovane, abbronzato, elegante, Montefusco ha l'aspetto del manager «rampante» e ci accoglie nel suo studio da dove controlla, attraverso un monitor, tutte le stanze del grande appartamento. «Le 90 persone dello staff, tra tecnici, collaboratori e interni», ci dice - lavorano per garantire una programmazione di 24 ore su 24. Il network trasmette in diretta con sei conduttori che coprono fasce orarie di circa tre ore a partire dalle 6.30 fino alle 3. Abbiamo rubriche realizzate da importanti personaggi dello spettacolo, come Maurizio Costanzo e Gianni Ippoliti e i Mondiali un programma curato da Italo Pucci, Lionello Manfredonia e Roberto Mancini. Lo sport è argomento principe: in questo settore abbiamo lavorato con Faicco e Biscardi, e attualmente abbiamo Oliviero Beha e Nando Martellini».

Con la Fininvest alle spalle travasare ospiti dalla televisione alla radio è abbastanza semplice, ma in campo economico qual'è il rapporto con la Tivvù? «Ottimo. Siamo valorizzati e ai clienti nazionali facciamo una presentazione insieme, radio e televisione. Noi cerchiamo di garantire il servizio al cliente e i test sulla radio effettuati con vendite mirate hanno dato buoni risultati. È sul costo della pubblicità che la radio può essere considerata una Cenerentola. Basta pensare che un passaggio in televisione costa dai 30 ai 40 milioni e con lo stesso prezzo si può fare invece una campagna radiofonica di un mese. Non ci sentiamo però da meno della televisione e il nostro fatturato ce ne dà atto: 3-4 miliardi l'anno solo con la pubblicità nazionale e, per il '90, avremo 9-10 miliardi di fatturato complessivo».

Il problema, casomai, è trovare spazio per la pubblicità, che attualmente copre 12 minuti ogni ora. Forse è anche per questo che sono nate «Dimensione Suono Due» e «Dimensione Suono Rock». «La prima - ci dice Eduardo Montefusco - trasmette solo musica melodica e la seconda solo rock americano. Entrambe funzionano su nastro, non ci sono speaker e dj». È infatti tutto computerizzato, come ci mostra il presidente - manager: un cervellone regola la messa in onda della pubblicità, alternata alla musica, e registra il tutto su una stampante. «I passaggi pubblicitari vengono tutti trascritti e il tabulato viene allegato alla fattura per il cliente». □Sr.S.

Voglia di Radio 87.900-88.200

Un modello? News Talk radio

Voglia di Radio nasce nel novembre '88 con gli auguri, trasmessi in diretta, dell'attuale presidente del consiglio Giulio Andreotti.

La gestisce una società editrice; nei suoi locali di piazza Adriana circola sempre Massimo Ravaglioli e il suo direttore è Paolo Todisco, regista di teatro e tv. Il suo modello, detto all'americana, è la talk radio, la radio parlante che non si affida solo ai nastri di musica ininterrotta. È una radio di servizio, dodici giornali radio al dì, sei giornalisti in redazione, e una programmazione 24 ore su 24.

Perché far nascere Voglia di Radio? «Per fare una radio diversa da quelle esistenti - ci dice Todisco - e perché la nostra è una storia personale intrisa di radio». Storia di radio vuol dire Rai, e molte sono le voci Rai che si alternano ai suoi microfoni, voci amate dagli ascoltatori che a volte credono di essere sintonizzati sui canali della radio nazionale, ingannati anche dalla vicinanza di frequenza. Il palinsesto di «Voglia di Radio» è diviso tra diversi conduttori che gestiscono, con ospiti e rubriche, trasmissioni di due ore e mezzo. Ogni due ore si inserisce la redazione giornalistica con i notiziari, a meno che non ci sia qualche evento particolare che merita spazio e approfondimento. Per uno di questi avvenimenti particolari, «Voglia di Radio» ha dato vita a un vero e proprio happening radiofonico. L'occasione, triste, era la decisione del sindaco di Rocca di Papa di demolire i ripetitori delle emittenti private. Nacque così «Voglia di vivere» dagli studi di «Voglia di Radio» collegò in diretta venti emittenti per una non stop di protesta contro l'oscuramento.

Per la tenera età dell'emittente non ci sono ancora dati di ascolto, ma Paolo Todisco ci assicura di avere informazioni positive al riguardo. «Dovremmo attestarci sui 100/120 mila ascoltatori. Sappiamo che l'età media è sui 40 anni, ma la trasmissione di house music che va in onda dalle 15 alle 17 è ascoltata dai giovani. Abbiamo un grande pubblico di non vedenti e di automobilisti. □Sr.S.

Radio Proletaria 88.900

Uomini, idee dibattite in diretta

«Radio Proletaria» non è una emittente commerciale. «È una radio d'informazione e di dibattito - spiega il suo direttore Paolo Pioppi - concepita come strumento di partecipazione cittadina e non come mezzo d'imbonimento».

«Radio Proletaria» trasmette ventiquattrore su ventiquattro (frequenza: 88.900 FM). Ad aprire il palinsesto settimanale è ogni giorno la rassegna stampa nazionale cittadina. Ma il piatto forte del quotidiano radiodiffuso della zona Tiburtina (Via di Casalbruciato 27) è la voce, quella dell'ascoltatore. «La nostra radio funziona come cassa di risonanza per le tensioni della gente - ci dice Pioppi - il lunedì e il venerdì trasmettiamo due ore d'informazione di «prima mano» sulla Palestina con la rubrica «radio infidata», e solo il lunedì «voci dal Nicaragua» a cura dell'Associazione culturale «Barricata».

«Martedì è invece il turno del gruppo d'appoggio di «radio venceremos» dell'Fmln - afferma ancora Pioppi - Inoltre diamo spazio alle comunità straniere con il programma «redazione interculturale» che si svolge in lingua originale nel caso di interventi di somali, filippini e senegalesi. Per i servizi in diretta ci serviamo di uno studio mobile che gira per la città. Interventiamo a seconda dei temi e degli interessi di chi ci ascolta. Durante l'occupazione universitaria, ad esempio, abbiamo inserito nel palinsesto «radio Ateneo notte» in diretta con la pantera».

Così come è nostra abitudine trasmettere dal vivo le sedute del Consiglio provinciale e di quello comunale. Tra gli appuntamenti permanenti, ogni mercoledì c'è Claudio Fracassi che presenta la rivista «Avvenimenti».

E la musica che fascia oraria copre? «Devo confessare che la programmazione musicale, durante il giorno, è un po' sacrificata. Ma ci mettiamo in pari la sera e la notte con brani di vari generi musicali». Ultima domanda. Quali sono i finanziamenti di Radio Proletaria? «Questa è una nota dolorosa. Ci salvano le sottoscrizioni degli ascoltatori e la pubblicità autoprodotta in redazione. □Ma/er.

Radio Radicale 88.350-88.600-107.800

Emittente in attesa di giudizio

Uno spazio, una voce. Ci rivolgiamo al direttore Giancarlo Loquenzi e Radio radicale si racconta.

L'emittente è una «realtà - laboratorio» unica in Europa e probabilmente nel mondo. È stata fondata 14 anni fa dal Partito radicale grazie ad una intuizione precisa: restituire ai cittadini i soldi che ogni partito riceve dallo Stato, sotto forma di informazione. Se «conoscere per deliberare» è la regola base di ogni democrazia compiuta, l'uso e il controllo dei mezzi d'informazione risulta coesistente al suo affermarsi e al suo crescere.

Per anni il partito radicale ha devoluto il proprio finanziamento pubblico a questa emittente, scegliendo di operare solo in virtù delle risorse provenienti dagli iscritti e dall'autofinanziamento. Che cosa sia «Radio radicale» è difficile dire, poiché essa è di volta in volta ciò che trasmette. Quindi è in primo luogo «Radio Parlamento», in quanto trasmette quotidianamente in diretta i dibattiti della Camera e del Senato. I cittadini italiani possono, se e quando vogliono, girare una manopola ed essere proiettati nelle aule parlamentari, seguire i propri eletti, controllare le loro scelte, giudicare i loro comportamenti parlamentari e trarne le conseguenze. Proprio il Parlamento costituisce il fulcro del servizio d'informazione di «Radio radicale»; quella che dovrebbe essere la massima istituzione repubblicana e che invece nelle cronache politiche correnti cede quasi sempre il posto ai diktat delle segreterie dei partiti.

«Radio radicale» è anche la radio di questi partiti: ha svelato ai comunisti, ai democristiani, ai socialisti, a tutti il vero volto dei loro stessi partiti, la vera voce dei loro leaders, l'eco degli applausi o dei fischi. «Radio radicale» è «radio giustizia», l'emittente dei grandi processi, la radio dei drammi nazionali, del terrorismo rosso e nero, della mafia, della camorra, delle «stragi di stato» rivissute giorno per giorno nelle aule bunker dei tribunali di tutta la penisola. Le voci degli assassini di Aldo Moro, dei grandi capi mafiosi, dell'attentatore del Papa o dei generali golpisti è passata attraverso le frequenze di «Radio radicale» ed assieme ad esse, sovente, il male della giustizia italiana, la sua impotenza o la sua iniquità. «Radio radicale» è un po' anche «radio Italia», la radio della gente nelle strade, nelle piazze, nei mercati, la radio dei microfoni aperti alle telefonate in diretta degli ascoltatori, per ore, a volte per giorni, senza nessun filtro.

Una legge «ad hoc» firmata dal vice presidente alla Camera, il liberale Alfredo Biondi e da 370 deputati - ben oltre la maggioranza assoluta - è arenata da più di due mesi alla commissione cultura della Camera. Si tratta ormai dell'unico strumento che, prevedendo un contributo straordinario «una tantum» di 20 miliardi, può bloccare le procedure di liquidazione già avviate per «Radio radicale». Ci il Parlamento non saprà cogliere questa occasione, difficilmente ce ne sarà un'altra. □Ma/er.

Area, intervista a Ettore Guastalla

La fabbrica dei notiziari

Incontriamo Ettore Guastalla, il direttore news, negli studi di Area, l'agenzia radio emittenti associate che ha sede in Piazza del Gesù.

Come lavora «Area»?

«È una agenzia che produce giornali radio nazionali e internazionali e servizi di informazione radiofonica per circa 150 radio di tutt'Italia. Le emittenti locali, a loro volta, provvedono alla stesura dei giornali radio e dei programmi locali. «Area» è riconosciuta dall'ufficio editoriale della presidenza del consiglio. Attualmente si muove su due circuiti: «Area uno» che registra circa tre milioni e duecento mila ascoltatori e il circuito di seconda rete, che su una media di 45/50 radio supera un milione di ascolto in un giorno medio. Entro poche settimane nascerà un terzo circuito che si chiamerà «Area tre»».

Quando è nata?

«Area» è nata nel 1982. Oggi la proprietà dell'agenzia è detenuta per il 97,7% dalla Unipol Finanziaria, la finanziaria della Lega delle cooperative. Il gruppo storico che l'ha fondata (Alberto Baldazzi, Massimo Rocca, Riccardo Giovannetti, Matteo Cortese, e Ettore Guastalla), attualmente dirige sia l'azienda che la struttura giornalistica. Da due anni si è aggiunto al gruppo Cesare Elisci, proveniente dalla Lega delle Cooperative. «Area» è una azienda fortemente inserita nel mercato. Il suo obiettivo è quello di fare informazione per ottenere un utile a fine esercizio. Non siamo, per intenderci, una azienda assistita».

Qual è il prodotto che vendete alle emittenti associate?

«Le emittenti, per essere collegate con noi, pagano un canone. Noi offriamo un prodotto ricco e tutta la professionalità di una redazione romana composta da venticinque giornalisti. Buona parte delle radio sono anche nostre sedi di corrispondenza per informazioni e servizi. Le emittenti associate ad «Area» usufruiscono di questi servizi».

Quali sono i vostri interlocutori privilegiati e qual è il vostro rapporto con loro?

«Gli editori che sono nostri clienti non sono catalogati politicamente. Il nostro rapporto è strettamente editoriale. Nel Veneto, ad esempio, abbiamo contatti con editori di ispirazione cattolico-democratica, in Toscana ed Emilia d'ispirazione comunista. Ma in altre parti d'Italia anche con connotazioni politiche diametralmente opposte».

Quando e che tipo di pubblicità mandate in onda?

«Opportunamente separata dalle notizie inseriamo nei giornali radio la pubblicità venduta in esclusiva dalla concessionaria Sfer dell'Espresso-Mondadori. La percentuale è minima. In un giornale radio che dura dieci minuti mandiamo trenta secondi di pubblicità».

«Area» è sul punto di sbarcare nel campo televisivo con il sistema «Televideo». □Ma/er.