

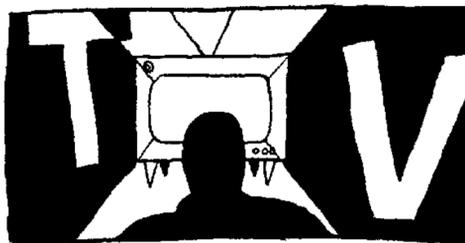
◆ Cercando un silenzio impossibile
Nella bolgia del frastuono perenne

SIMONA VINCI

Il mondo si riempie sempre più di rumori. L'inquinamento acustico è uno dei grandi problemi delle città e comincia ad esserlo anche dei piccoli centri; nemmeno la campagna è salva. Già c'erano i rumori «necessari», ossia quelli ineliminabili, come i bambini, gli aspirapolvere, le auto, gli scooter, gli aerei che passano, gli elicotteri, i tagliaerba (ma è possibile che non si riesca ad inventare un motore silenzioso?), i clacson e le voci della gente, ma non bastavano. Ora il rumore si è evoluto ed è diventato una filosofia. Gli spazi vuoti si riempiono: le città si infittiscono, le case si intasano di oggetti, il tempo delle

giornate saturo com'è di cose da fare, si contrae e si ispessisce; anche lo spazio acustico, quello spazio in cui i pensieri hanno il tempo di essere pensati, in cui l'anima si ritrova, è pieno. Fare la spesa in silenzio, oppure benzina al self service è brutto e deprimente (pare), quale soluzione migliore quindi, di altoparlanti ben piazzati e di musica a tutto volume che energizza e distrae l'uomo contemporaneo già abbastanza depresso di suo? Non esistono più di una sola pizzeria, un solo bar o un solo negozio dove non ci siano una tele o una radio accese a tutto volume. Il silenzio, non c'è più da nessuna parte: essendo com'è noto deprimente, sinónimo di solitudine e portatore di tristezza è da sopprimere, da sfuggire,

da imbottire - appunto - di suoni. Un esempio di questa filosofia sono le spiagge: il luogo del relax e del riposo per eccellenza si è tramutato in un girone infernale: radioline, racchette ticchettanti, moto d'acqua. Gente che urla. La televisione non fa eccezione. In tivù tutti urlano. Anche se abbassi il volume, loro urlano lo stesso. Gli vedi le vene del collo che si gonfiano, i pettorali che si espandono alla caccia d'aria, le fronti che sudano per lo sforzo. E le urla sono accompagnate dalla musica. Anche le soap opera, le pubblicità e i film hanno bisogno di un accompagnamento musicale costante, un sottofondo fastidioso e aguzzo che non lasci tregua alle orecchie, né spazi di riflessione al cervello. Non dobbiamo pensare, dobbiamo assue-

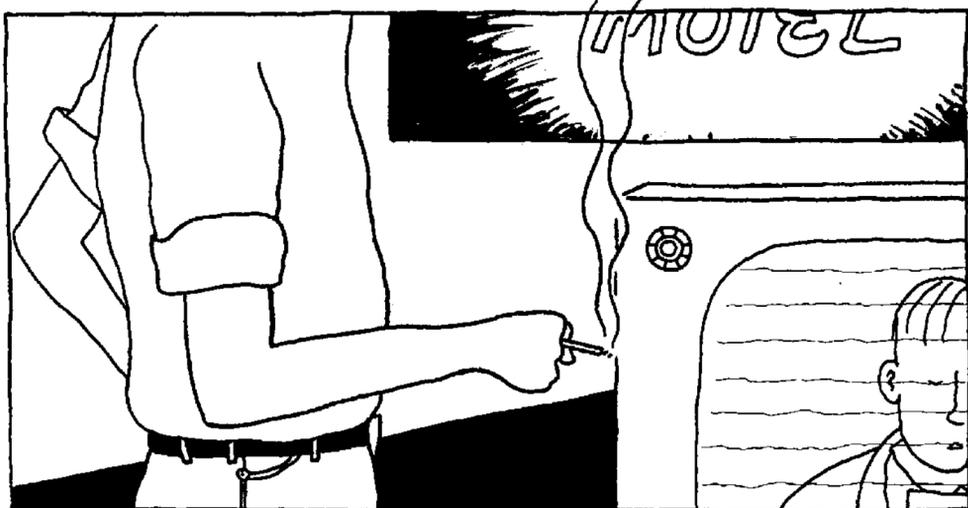


farsi, lasciarsi guidare. Dimenticare. Entrare nella musica del mondo. E la nostra attenzione può essere catturata soltanto dal frastuono, un frastuono più forte di quello che già circonda. Un frastuono che ci strappi al nostro torpore, alla nostra solitudine nera. Tuffiamoci tutti nella girandola allegra del rumore. E qui la festa? I capiscuola dei moderni urlato-

ri televisivi sono sicuramente Roberto (teleimbonitore con l'asma) e Paolo Bonolis (chi? Quello che urla? Si diceva fino a quando non è diventato una star), ma ora gli urlatori sono tanti, gli urlatori sono tutti. Vedi Fiorello, Enrico Papi, Carlo Conti e l'elenco è infinito. Nei talk show si urla, nei programmi per bambini si urla, nei

varieta si urla, nei quiz si urla di più. Anche i telegiornalisti urlano e quelli che non urlano, data l'assuefazione al decibel impazzito, ci fanno dormire. Eppure, tornati a casa dopo la quotidiana immersione nella bolgia infernale delle metropolitane e delle strade, dei supermercati e dei benzinai techno, sarebbe bello potersi stendere sul divano e accendere il piccolo mondo con la consolazione di una specie di ninna nanna che ci dia la verità, ma per cortesia, con un po' di grazia. No. Loro continuano ad urlare. E così ci toccherà prima o poi dar ragione a Marzullo che da anni telepredica la tivù non urlata. La tivù a misura d'uomo. Che ne ha le orecchie piene.

In onda



Le spie vengono dall'etere. O sono solo le ultime radio libere?

Marco Petrella ha realizzato tutti i disegni originali che illustrano questo numero di «Media»

Chi non ricorda il seducente e infido Donald Sutherland, spia nel film tratto dal romanzo di Ken Follet, *La cruna dell'ago*, alle prese con una radio trasmettente in una nebbiosa isola del nord Europa?

O i messaggi cifrati dell'ancora più famoso *Codice Rebecca*? Per chi non lo sapesse oggi quegli stessi incomprensibili messaggi, scambiati in codice dalle spie durante la seconda guerra mondiale, si sentono ancora. «...Zero tre tre... zero tre tre... zero tre tre...»

Una sequenza infinita e monotona di numeri o lettere recitati senza soluzione di continuità da algide voci metalliche per lo più femminili: per questo vengono chiamate le Numbers Radio. Sono le radio, clandestine ovviamente, delle spie, captate per la prima volta poco dopo l'inizio della guerra fredda e che da allora non hanno mai smesso di trasmettere.

Ancora adesso che la guerra fredda è finita da tempo, questi «speaker» fantasma, conduttori

di trasmissioni fantasma, lanciano nell'etere i loro codici incomprensibili. Da dove vengano, per chi e a che cosa servano, non è dato saperlo.

«Basta avere a disposizione una radio a onde corte e, volendo, ci si può sintonizzare su questo tipo di frequenze». E quanto assicurano Federica Manzitti e Andrea Borgnino, conduttori e autori di una nuova trasmissione di Radio Città Futura, dal titolo appunto di *Interferenze* che ogni settimana, il lunedì alle 21.35, racconterà in una serie di puntate tematiche la storia di tutte, o quasi, le radio pirata del mondo fra le quali le Numbers Radio occupano sicuramente un posto d'onore.

«Negli anni '50 - dice Andrea Borgnino, autore del libro *Le radio Pirata* uscito nel 1996 - la televisione non aveva ancora la diffusione capillare di adesso e la radio era il mezzo di comunica-

info



Radio Città Futura
Radio Città Futura è una radio romana (una delle prime radio libere) che trasmette sulle frequenze dei 97.700. Attualmente fa parte di Popolare Network, la rete di Radio Popolare di Milano.

zione e propaganda più ovvio». Quello che non è ovvio è che oggi, con i raffinatissimi mezzi di comunicazione esistenti, continuano a esistere queste strane, disturbatissime trasmissioni, è il caso di dire da tempo di guerra.

Ma il ritorno agli anni '50 porta anche ad ascoltare qualcosa di meno sinistro: si tratta di spezzoni di radio-drammi o radio-novelle, con voci recitanti e musiche da film, le meravigliose, roboanti, accattivanti e calde voci degli attori americani di quegli anni appunto che contribuirono a creare il mito degli anni d'oro della Radio.

Un salto nel tempo di qualche anno e si arriva nell'estate del 1958. A largo delle coste danesi su una nave, pirata certamente, si lancia nell'etere la prima sfida alla radiofonìa ufficiale. Da allora soprattutto in Inghilterra si moltiplicarono le radio pirata che contribuiranno a diffondere la musica rock quando ancora la Bbc non la trasmetteva. A Londra su 22 autorizzate c'erano 66 radio private che non sottostavano al monopolio statale e avevano la caratteristica di essere estreme, nella scelta delle musiche e nel linguaggio.

«Ma non tutte le radio pirata del mondo - dice Federica Manzitti - per il fatto di trasmettere clandestinamente sono estreme, anzi molte sembrano rimaste a trent'anni fa». Così, in epoca di comunicazione globale, quasi commuove una radio argentina che ancora usa come sigla gli Intillimani o la voce impostata di un conduttore di una piccola radio di Malta.

E in Italia? Durante il weekend si possono captare sulle onde corte le trasmissioni di Radio Europe che da un non meglio identificato luogo del Nord Italia tiene alta la bandiera della comunicazione clandestina a testimonianza che la radio è una mania, un vizio che ha preceduto Internet, ma ancora non ne è stata sconfitta.

Viviva Benini

Europa

Reti pubbliche e private
Ma che cos'è che «fa» la differenza?

Il ruolo del servizio radiotelevisivo pubblico nel contesto della società dell'informazione si trova di nuovo al centro di un teso e appassionante confronto in sede di Unione europea. Alcune emittenti private, tra cui Mediaset e Tfi, sono ripartite all'attacco, invocando il rispetto dei principi che devono regolare la concorrenza e mettendo ancora una volta in discussione gli aiuti pubblici e il canone. Non si sa se vedrà mai la luce l'attesa comunicazione dell'esecutivo dell'Unione europea sulle linee che dovrebbe finalmente stabilire un puntuale quadro di orientamento. La bozza predisposta dalla Direzione generale IV sulla concorrenza, capitanata dal battagliero Van Miert, ha riscosso una valanga di critiche. Il protocollo aggiuntivo del Trattato di Amsterdam, per un verso afferma importanti acquisizioni e per l'altro le inserisce in un discorso che si apre riconoscendo «la competenza degli Stati membri a provvedere al finanziamento del servizio pubblico di radiodiffusione, nella misura in cui tale finanziamento sia accordato agli organismi di radiodiffusione ai fini dell'adempimento della missione di servizio pubblico conferita, definita e organizzata da ciascun Stato membro», ma aggiunge subito che una tale autonoma competenza non deve turbare le condizioni della concorrenza. E più che mai necessario definire, anche per via legislativa, il tipo di missione affidata ai servizi pubblici. Ma come farlo in concreto? E che cosa significa ispirarsi a trasparenza e proporzionalità, come si sostiene nel documento della Commissione europea finora in fase di studio? In realtà nei sistemi misti all'europea tra pubblico e privato non c'è una separazione invalicabile. Le televisioni private non sono terra di nessuno rispetto alla legge e non solo su quelle di proprietà pubblica o a prevalente proprietà pubblica possono ricadere obblighi e obiettivi che chiedono, piuttosto, di essere specificamente modulati e applicati a peculiari situazioni. I sistemi di informazione nella loro interezza devono ubbidire a principi di interesse generale. Ridefinire, allora, il servizio pubblico e renderlo più capace di rispondere alla domanda di pluralismo, alla necessità di valorizzare identità e tradizioni, non può significare una rigida separazione di ambiti da un lato la serietà oggettiva, la cultura, l'educazione e dall'altro l'offerta commerciale, il corvivo divertimento, l'evasione banale. Il servizio pubblico deve stare nel mercato e rispondere alle sollecitazioni esigenti dell'innovazione. È bene che possieda una sana ambiguità e non occupi piani nobili o spazi marginali. Lo slogan «di tutto, di più», riletto in questa luce, può addirittura sintetizzare un programma: accanto all'irrinunciabile opzione generalista deve caratterizzarsi per offrire il «di più» che può dare soltanto un'impresa chiamata ad agire per gli interessi della collettività, per rispettarne con scrupolo culture e tendenze, per sperimentare nuovi linguaggi e praticare una salutare sperimentazione critica.

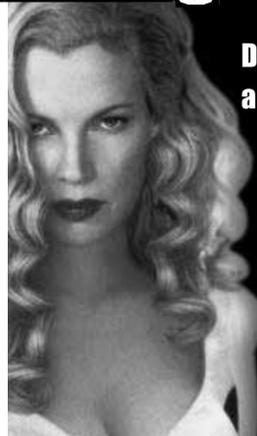
Roberto Barzanti

l'U multimedia vi invita a una imperdibile giornata noir

Giovedì 22 ottobre dalle 12 alle 22 al cinema Mignon di Roma via Viterbo 11 proiezione non stop di grandi film noir con ingresso libero.

- Sala grande
Le Iene
I Soliti Sospetti
Carlito's Way
Il Grande Lebowski
Blood Simple

- Sala piccola
Blade Runner
L'amico Americano
Blue Velvet
Il Cattivo Tenente
Il Grande Caldo



Dalle 22,30 all'Horus Club di Roma piazza Sempione

Grande Festa Noir con la partecipazione straordinaria di misteriosi ospiti.

Gradito abito «noir» Ingresso libero



L'occasione colta

