

La radio amica della carta stampata

Ieri in via Asiago festa
per i 40 anni di "Prima
Pagina", la rassegna
stampa più amata

Intervista a Marino Sinibaldi, direttore di RadioTre Rai sui media che cambiano, sul web e l'informazione, sul futuro dell'emittenza

E poi ci sono state quelle mattine, ore 7.15, in cui trovare la voce dagli studi di RadioTre in via Asiago, a Roma, è stato difficile, perché l'emozione e lo sgomento prendevano il sopravvento. Come dopo la strage di Bologna, l'attentato a Falcone, la guerra in Iraq, il Bataclan, il rapimento di Aldo Moro, il disastro dell'Aquila e quel 4 ottobre 2013, quando il Mediterraneo si trasformò in una gigantesca, mostruosa tomba: 366 migranti morti. E solo leggere i titoli è difficile. Il programma si intitola *Prima pagina* e ieri ha compiuto i suoi primi 40 anni, festeggiati negli studi della Rai dalla piccola ma presentissima redazione (Paola De Monte, Maria Chiara Beraneck, Natascia Cerqueti, Marco Pompei e Gianfranco Rossi), e da una nutrita pattuglia dei 400 cronisti/inviati/editorialisti/direttori che in questo tempo lungo hanno dato vita e senso alle parole scritte. Da Ruggero Orlando a Lamberto Furno, da Eugenio Scalfari a Giorgio Bocca.

1

IL SUONO DELLE PAGINE SFOGLIATE

Il programma lo ideò Enzo Forcella. E fu un'invenzione a suo modo rivoluzionaria perché il giornalista che conduce *Prima Pagina* non solo si trasforma in speaker ma interagisce con gli ascoltatori, (e sono migliaia) quasi sempre informatissimi, svegli come grilli, pronti a chiedere pareri e opinioni su pensioni di reversibilità, pasticciacci brutti di cronaca nera, politica interna o internazionale. Una palestra dove andare in scena senza rete. C'è chi, in questo Paese che legge così poco, ogni mattina punta la sveglia e accende la radio. Ed è una liturgia *Prima Pagina*: il fruscio dei giornali sotto il microfono, le voci a volte impastate dal sonno o certi picchi acuti dettati dall'ansia. C'è chi si è commosso alle lacrime leggendo, per esempio, la cronaca dei giorni di prigionia di Domenico Quirico su *La Stampa*, chi si è indignato e ha battuto il pugno sul tavolo,

chi ha perso il fiato e si è perso tra le notizie e chi ha avuto la consapevolezza esatta di essere - quella mattina - un testimone della storia. E lo ha trasmesso all'Italia in ascolto. In quarant'anni la crisi ha azzannato la carta stampata, complice la diffusione furibonda della Rete. Così le tirature dei giornali sono calate, a volte crollate in un burrone: dagli 8 milioni, (l'apice nei giorni delle vacche grasse), fino agli attuali tre milioni. E invece gli ascolti di *Prima Pagina* sono perfino in crescita. Il che è uno dei misteri gaudiosi nel mondo dei media.

Scusi Marino Sinibaldi, lei che è il direttore di Radio3 Rai, come se la spiega questa cosa?

«I giornali in realtà restano sempre vivi, nonostante il web, televisione, e le infinite difficoltà. Sono i catalizzatori delle notizie, delle inchieste, degli approfondimenti che poi girano su Internet spesso senza fonte. La carta stampata ha ancora molto da dire, e molto dice. In un sussulto di vitalità che è poi è la stesso che anima *Prima Pagina*. I quotidiani, i periodici fanno soprattutto circolare le idee. Certamente ne va ripensato il linguaggio e a volte anche la funzione. Per esempio io non credo ai mediatori culturali in senso stretto, però è indubbio che i giornali contengano ancora pensieri a lunga gittata che poi in Rete si sminuzzano, si frantumano, e magari assumono quell'elemento di agitazione/provocazione che tanto piace ai social».

Grazie per l'incoraggiamento. Ma a parte anche precise responsabilità della categoria che non ha compreso la trasformazione globale dei media, chi ha spostato secondo lei la centralità della carta stampata?

«La televisione, anzitutto. E questo i giornalisti dei quotidiani non l'hanno capito subito, e anzi alla tv hanno tirato e tirano la volata. Poi con il web è tutto cambiato».

Tutto è apparentemente gratis, tutto alla portata di tutti.

«Sì, il problema è che quello che non si paga spesso non ha valore. Speriamo che i nativi digitali se ne accorgano in fretta».

E il web in qualche modo ha intaccato il valore della radio?

«Rispetto ai programmi di approfondimento, direi di no.

Quelli dove c'è interazione per esempio. Come *Prima Pagina*. È dall'ascolto di questo programma che è poi è nato *Tutta la città ne parla*, che è un grande esperimento di confronto, scambio di informazioni».

Sono, i vostri, ascoltatori preparatissimi.

«È vero, altroché. È un mix di testimonianze e a volte competenze, non sempre soltanto teoriche. Noi facciamo parlare un pubblico "di mezzo" che ha interessi, saperi, curiosità, che si impegna, ha capacità critiche. Persone che sanno quello che vogliono e che spesso prima di intervenire ascoltano».

Qualità in disuso

«La radio lo permette. La lettura dei giornali attraverso questo mezzo, per esempio, facilita anche l'apprendimento di una notizia nella sua interezza. Perché la decanta e quindi metabolizzare un articolo, o un suo stralcio, è più semplice».

2

GUARDANDO AL FUTURO

Dunque le web radio hanno inciso poco nella fruizione della radio classica?

«Devo dire la verità: sulla musica il mezzo ha perso la centralità. Perché con Internet ognuno ascolta quello che vuole e come vuole. Prima non c'erano molte altre chance per conoscere artisti, approcciare dischi sconosciuti, scoprire interi pianeti musicali. O si andava in un negozio di dischi o più semplicemente c'era la radio. Oggi invece la competizione si è espansa all'infinito e rischia di rubarti l'identità. Quindi dovremmo cominciare a ragionare sui contenuti dei suoni, che sono all'incirca il 60/70% di un palinsesto. Da una parte è stimolante questa democrazia sonora, diciamo così, l'idea dei contenuti musicali disponibili per tutti. Dall'altra deve farci riflettere. Io penso che la radio debba diventare un grande fornitore, un gigantesco magazzino sonoro. Vincerà questa partita il soggetto che propone prodotti che non si deteriorano. E quindi mi fa pensare e mi inorgoglisce il fatto che tra i programmi più scaricati da iTunes almeno una decina siano targati RadioTre, come *Dove fioriscono i limoni*, il viaggio di Goethe in Italia».

Si fa un gran parlare delle rassegne con i contenuti del web. Lei che ne pensa?

«Se ne parla da un po' di tempo, in effetti. La prima cosa che mi viene da chiedere agli appassionati del genere è: a che ora la mandiamo in onda questa rassegna del web? La mattina, il pomeriggio, la sera? Rischierebbe, comunque, di venir sorpassata dal fluire delle notizie. E allora che si fa? E poi quali sono i giornali dai quali prendere le news: quelli tradizionali che hanno il loro sito online o aggregatori di notizie? Oppure i social? La sfida va accettata ma insieme alla sperimentazione di un modello compatibile. Vedremo. Ci stiamo lavorando, in ogni caso».

Ma lei, quando ha iniziato a fare la radio ci avrebbe scommesso sulla resistenza del mezzo? È il più lungo però continua ad avere un grande peso, un senso. E ha una platea che cresce.

«Non so se ci avrei scommesso ma certamente la radio non smette di stupirci. Perché pur essendo un media antico incarna un modello di vita compatibile. Si può ascoltare ovunque, dalla macchina oppure in bici, facendo jogging o lavorando, e si adatta perfettamente alle nostre frenesie. È portatile, leggera, molto meno costosa degli altri media, ha tanta ridondanza e tanto offerta. Crea affiliazione. Perché la radio ha una voce, un timbro. Un'identità».