

6/11/2025- Intervento Carlo Degiacomi Sala Circolo La Stampa

Non sappiamo se sia utile riferirsi al passato per affrontare nodi e questioni attuali e per pensare al futuro. Oggi in questo incontro ci proviamo. Il riferimento al “passato” per l'emittenza locale è tanto lontano: gli anni '80 e '90 e primi anni 2000. Dichiaro subito che l'intenzione oggi non è quello di dire come eravamo bravi, o prendete esempio da noi. Il mondo in tutti i suoi aspetti e anche Torino, è cambiato in modo esteso e profondo, non avrebbe proprio senso proporre ricette e consigli. Però un po' di memoria conta, specie se guardata con disincanto e per trarne neppure indicazioni ma "solo e semplicemente **spunti!**" E come tali li porgo a voi e al successivo secondo tavolo. *Utilizzo 6 o 7 parole chiave e parlo soprattutto di informazione (vista la sede), ma la comunicazione riguardava insieme la musica con un ruolo di informazione che spaziava su tutti i generi e insieme alle parole favoriva la ricerca di ascoltatori disinibiti ed eclettici, specie nei contenitori mattutini.*

La prima parola: Rete/reti.

La radiofonia locale in quegli anni muoveva i primi passi, duramente sgomitando anche per avere uno spazio e regole certe per svilupparsi. A Torino e in Piemonte si fu capaci di mettersi insieme (dal 1983) e di fondare la FERP (associazione di tutte le radio locali a partire da Radio Torino Popolare, radio California, GRP, Radio Centro 95,...) per intervenire nel dibattito e nelle scelte nazionali. In base a queste capacità di rete rappresentai le emittenti locali di informazione all'incontro finale con altri due rappresentanti del settore e il Ministro Mammi (senza i suoi consiglieri che si occupavano solo di tv) che prese appunti su un foglietto delle nostre richieste e le rispettò. L'accordo era basato su uno scambio tra regole e regolamentazioni e riconoscimento; aiuti editoria e sistemazione delle frequenze. Su questo ultimo punto ci impegnammo poi per anni purtroppo, con promesse inevase dai vari governi. Ecco: La capacità di mettersi insieme per alcune cose: cosa difficile per le piccole realtà che specie nel settore radiotelevisivo hanno quasi sempre avuto solo l'idea della concorrenza e non della cooperazione. Specie per sostenere ad esempio costi di informazione e realizzare redazioni comuni. Il momento più alto dal punto di vista informativo è stato per una parte della radiofonia locale torinese, realizzare momenti comuni come **Radionotizie**: notiziari lungo la giornata per emittenti diverse, grazie alla spinta di RTP con la redazione che produceva prodotti per tutti, ma anche grazie alla disponibilità di una serie di emittenti a mandarli in onda. Subito l'immagine pubblica che abbiamo ottenuto era di una media capace di avere numeri di ascolto e qualità. Così da essere considerati da La Stampa e la Repubblica che riportavano fili diretti trasmessi da un mezzo mobile in città tra la gente fisica. *Ne parlerà Pino Riconosciuto collocandola nella dimensione dell'informazione locale.*

La seconda parola: Creatività

Vi sarebbero molte riflessioni da sviluppare sul significato delle emittenti locali in una grande città, lo adesso parlerò soprattutto dell'esperienza di Radio Torino Popolare ovviamente, che era una cooperativa non solo radio, come vedremo. Suggesto parlare di fantasia, in una concezione della comunicazione a 360°. Come punto forte specie al mattino vi era l'uso delle telefonate degli ascoltatori per qualsiasi cosa e per una interattività partecipata proprio per ascoltare la città, fare comunità. Ricordo per RTP la comicità seria del Dott. Lo Sapio e il suo gruppo. Quando dico creatività bisogna pensare anche ad altre trasmissioni diverse dal solito, appositamente create, spesso andate anche in onda su più emittenti - quelle che ho già citato ma anche radio Flash, Radio Antenna 1 e altre.... Due esempi collettivi.

Scrivere la radio. Una formula unica per cui Pippo Baudo al teatro delle Vittorie diede a RTP l'Oscar delle trasmissioni culturali radiofoniche per questo programma. Lo schema era un esplosione di creatività: gli ascoltatori erano invitati a mandare una sintesi di una trama di un romanzo o racconto lungo. Se scelto veniva invitato in studio con uno scrittore affermato e noto

che lo avrebbe aiutato o messo in difficoltà per svilupparlo, insieme al conduttore con le sue osservazioni e consigli e anche con le telefonate del pubblico che potevano approvare o indicare altri sviluppi...

Pronto perché? In varie versioni negli anni. Non solo raccogliere le lamentele sulle bollette e sui servizi delle varie aziende di servizio, allora ancora municipalizzate in trasformazione, ma far rispondere in diretta tecnici e persone professionali delle aziende agli ascoltati al telefono. Poi in altra forma è diventata l'idea di rendere accessibili e popolari tutti i temi dell'ambiente nelle più ampie accezioni che riguardano sia le grandi scelte che la vita quotidiana delle famiglie e gli studenti.

E poi ancora con il collegamento con tante attività culturali sviluppate direttamente nel territorio: le mostre interattive sull'acqua alla Mole, sui rifiuti al Museo dell'Automobile, poi a Environment Park e al Parco Giò al Parco Michelotti. Fino al Museo A come Ambiente. Certo il taglio era ben diverso e fuori dallo schema che oggi si tenta di imporre e che vede l'ambiente e le soluzioni di sostenibilità come nemici dello sviluppo e del miglioramento della vita, quando è vero il contrario.

Quindi idee "nuove" di trasmissioni e di momenti coinvolgenti per il pubblico.

Ci sono esempi interessanti anche oggi. Ne sentiremo parlare nella seconda parte.

La terza parola: Attenzione sociale. Si può aggiungere: contro l'indifferenza

Grande libertà di ricerca, di proposta, di praticare la curiosità è ben presente come eredità da parte di chi ha lavorato nell'emittente in varie forme, specie come giornalista, nelle esperienze di RTP e Radionotizie. Allora non c'erano ad esempio la formazione dell'Ordine dei giornalisti e la redazione era anche una scuola. Ci sono passati in tanti.

Un'esperienza curiosa, strana e appassionata, anche faticosa nello sforzo costante di cercare di mettere in comunicazione temi e problemi con la gente, affinché ogni ascoltatore potesse partecipare con consapevolezza alle sfide che in ogni epoca abbiamo di fronte.

Vale anche oggi. Il dramma da sempre di una democrazia ieri come oggi è la parola indifferenza: nella non partecipazione al voto, nel non occuparsi degli altri, nella non partecipazione su temi fondamentali per la convivenza civile,... Allora RTP non solo radio:

Le scelte sono state in particolare quelle di privilegiare l'importanza dell'impegno sociale, i temi ambientali e del lavoro, la volontà di spargere conoscenza, divulgare scienza, di imparare giocando, (grazie anche alle tante attività pubbliche promosse dall'emittente con l'ente locale in città specie per i giovani cito ad es. **Fiera della Fantasia, Scuola Super,....** con l'Assessorato alla Gioventù Per 10/12 anni, un'attenzione sempre volta ad aiutare le scuole e i giovani da allora fino ad oggi.

Un esempio su cui mi soffermo. **La tre giorni del volontariato.** L'emittente non praticava eventi/spot cioè occasionali, ma momenti organizzati per lunghi periodi come quelli citati: in questo caso 16 anni. Supporto dalle emittenti tutto l'anno e un momento annuale di presenza visibile in città di un mondo vasto e variegato unito in rete.

Una Fiera/festa: tavoli tende mostre concerti dibattiti. Per favorire il collegamento tra chi ha bisogno e chi offre aiuti e solidarietà, mettendosi a disposizione in ogni "settore" dallo sport alla cultura, dalla salute alla protezione civile,... oltre 300 associazioni in rete che vivevano la manifestazione nelle piazze e vie di Torino per esprimere con forza valori e buone pratiche alla cittadinanza, per raccogliere adesioni, spiegare progetti, esprimere critiche sociali e obiettivi da confrontare con le istituzioni in modo aperto.

Anche come festa: musica e informazione proprio come in radio. Così ancora fino all'Ethicat Village durante le Olimpiadi. Manca questo appuntamento in città.

La quarta parola: buone pratiche

E' possibile oggi DARE SPAZIO nella comunicazione e informazione ai legami sociali esistenti, dove le buone pratiche sono praticate, non solo pensate. Spazio non solo occasionale. Oggi nella società troviamo tanta insicurezza, paura, solitudine, rabbia, sfiducia, ... che si trasformano nelle risposte di vario genere basate sul risentimento, su vecchi e nuovi fondamentalismi, su identità chiuse, su semplificazioni ingannevoli, su promesse tradite. Invece il consenso sociale e la voglia di comunità di cui in tanti sentiamo il bisogno, possono ripartire dai legami sociali esistenti, presenti nella società a partire da singole persone, associazioni, volontariati, comportamenti di gruppo, esperienze scolastiche, esperienze di sport collettivo, artistiche e culturali... attività con logiche sociali, ma non solo anche di imprenditorialità, di genialità, quindi anche di aziende innovative, start app,...le buone pratiche insomma a 360°. Potrei ragionare su come il tema della diffusione della raccolta differenziata a livello locale e nazionale, su cui ci siamo tanto impegnati anche con ogni modalità didattica e divulgativa, sia stato per anni un punto di divisione politica in modo assurdo, poi è riuscito ad imporsi come tema comune a tutti e oggi l'Italia è in testa in Europa su questo aspetto. Ecco: è possibile scegliere temi evitando che siano divisivi nella società, anche se lo sono tra le forze politiche? Oggi l'energia e la salute. E il tema del lavoro e del non lavoro sempre. Anche nell'etere e non solo, c'è spazio per il giornalismo impegnato a cercare di capire le trasformazioni della società? I problemi certo, ma anche le reazioni ai problemi e le soluzioni. Sono tanti i soggetti singoli e collettivi che vanno valorizzati, ascoltati, osservati dai media, per aiutarli ad uscire dalla frammentarietà. Sono quelli capaci di far emergere nuovi bisogni, ispirare riforme, mediare nei processi di trasformazione ambientali, economici, sociali, fare comunità, creare opinione pubblica favorevole, comportamenti sostenibili, cercare soluzioni nuove e condivise. QUINDI Nuove idee e tanta ricerca giornalistica..

Su questo sentiremo Luca Davico ricercatore e studioso della trasformazione di Torino e del Piemonte.

La quinta parola: Informazione locale

Un'informazione locale interattiva. C'è l'esigenza dentro la mole di informazione di cui siamo sommersi di una informazione che chiamo a ping-pong perché attua un rimbalzo continuo tra generale e locale, in un' intreccio non in una contrapposizione? C'è una fascia di pubblico interessata? Credo proprio di sì. Un'informazione locale, non "localistica", libera perché non legata a priori a schieramenti politici e attenta a dare voce a singoli, come a gruppi, che rappresentano anche tendenze ed opinioni, (per Rtp viene sempre da dire la formula di base: microfono aperto!). Possiamo anche chiamarli "coaguli sociali" da far vedere e su cui riflettere; su qualsiasi tema di vita, interpretando i sentimenti e il sentire specie dei giovani e di aspetti nuovi del vivere civile, facendoli incontrare con altre persone giovani e adulte, fidate e oneste, attive, che si mettono in gioco, non parlano solo. Oggi si tratta di dare fiato anche al mondo degli anziani che oggi dominano il sociale a Torino e che hanno bisogno di ben più attenzione. E' possibile aiutare i troppi che vivono in una bolla in gruppi chiusi? È possibile favorire gli incontri tra culture diverse ed età diverse? E' possibile fare informazione e anche un po' formazione rendendo possibile il raccontarsi, l'esprimersi, il ragionare in confronto? La risposta è Sì, con strutture di informazione all'insegna della libertà (che non significa che gli addetti fanno quello che vogliono) ma sono spinti dalla proprietà ad esplorare, a guardare dove spesso non si guarda, a sentire direttamente più punti di vista, a confrontarsi. E Sì, se si guarda attentamente (non per una critica aprioristica) a certi usi e pesanti condizionamenti della rete, del web, dei social, degli algoritmi, per denunciarne i limiti e i pericoli, proponendo altri usi creativi per colloquiare in fasce allargate, creando collegamenti e mix intelligenti con media audio e video e carta stampata.

Armand Pilon dal suo posto di responsabilità ci aiuterà a capire.

La sesta parola: Campagne lunghe

Creare situazioni di comunicazione e informazione tali da fare delle vere e proprie campagne. Il contrario di eventi spot cioè occasionali. L'esempio che voglio richiamare si rifà all'uso che è stato fatto da RTP (nel suo essere non solo radio) in quegli anni di recupero e attività in luoghi abbandonati come l'ex zoo e il Parco Dora con la grande mostra Eco-officina in una grande capannone e delle Ferriere ... Nella zona dell'ex zoo: per oltre un decennio vennero animati il Parco Giò e la Casa della Tigre come salotto all'aperto in centro città come zona dove, specie in certe stagioni vi erano attività creative continue, di qualità per una frequentazione specie famigliare in rete con tanti artisti e strutture.

C'è bisogno ancora oggi di campagne prolungate e continue per l'uso importante di certe zone pubbliche. In tanti: da professionisti che si occupano di realtà urbane, a persone delle istituzioni locali, a impegnati nell'associazioni sociali, si cercano idee e buone pratiche di spazi pubblici per "rallentare" la vita urbana, per potersi fermare ed interagire con altri, con continuità anche oltre ai grandi eventi. In questa direzione oggi ad esempio. Anzitutto lo strano dibattito - non dibattito (specie non aperto alla città e nei media) **sul Palazzo del Lavoro- palazzo Nervi**.

Un luogo enorme dove possono trovare sistemazione cose affini: start up, laboratori scientifici di università e politecnico, e anche **un grande Science Center interattivo e multimediale**.

Piero Angela ha girato, con un cartellina di disegni e di testi, Torino negli ultimi anni di vita per cercare una soluzione ad un suo progetto di Science Center nella nostra città, senza trovare risposta. Un'esperienza di Science center con cultura mix scientifica e umanistica, stile Experimenta - un'esperienza colpevolmente persa nella nostra città- con forte funzione educational, ma anche si simbolo di una città che può essere insieme turistica e di innovazione, di non abbandono di scelte industriali, di ricerca, di città universitaria. Per alzare i livelli di consapevolezza.

Qualche altra annotazione: dopo la radio con il proseguimento di Ecofficina siamo riusciti a gestire il Museo A come ambiente con una grande rete di istituzioni e aziende private: Così con la Regione e il Politecnico e altri, favorimmo l'apertura straordinaria dei centri di ricerca di tante realtà torinesi, al pubblico delle scuole e famiglie in una settimana, cogliendo un successo inaspettato. Porte aperte all'innovazione si chiamava.

L'ultima parola la settimana: spunti

Ritorno all'inizio in un percorso circolare. A me pare che i temi affrontati siano molto attuali e il loro interesse fosse anche lo sfondo per riuscire ad autofinanziarsi. L'esperienze sommariamente descritte possono certo intrecciarsi con il dibattito odierno, se sono presi come spunti che in ogni epoca devono essere rivisti e adeguati ma entrano a pieno titolo dentro alcuni nodi odierni.

Si può continuare l'elenco di altre parole con gli altri interventi.