

Gli albori della radio

La notte del 14 aprile 1912 un giovane assistente operatore di una delle stazioni telegrafiche della Marconi Wireless Telegraph Company of America, quella di Siasconset nel Massachusetts, raccolse l'SOS del transatlantico Titanic che aveva speronato un iceberg al largo di New York. Per settantadue ore ininterrotte David, ventunenne nato a Uzlian, non lontano da Minsk ed emigrato in America da bambino, fu la voce di collegamento tra i naufraghi, i soccorritori e i giornalisti.

Un'esperienza che lo portò a essere di fatto il primo radio-cronista della storia, e che pose nella sua testa il seme di una serie di evoluzioni tecnologiche e culturali delle quali sarà protagonista per buona parte del Novecento. Il suo nome non è certo celebre come quello di Marconi, anche perché l'azienda per la quale comincia a lavorare come fattorino nel 1906 porta già il nome dell'italiano inventore della radio, ma a David Sarnoff dobbiamo l'idea dalla quale parte questa affascinante storia.

Lo ritroviamo infatti quattro anni più tardi, nel 1916, nella nuova veste di responsabile tecnico dell'American Marconi, mentre scrive un memorandum al suo direttore generale:

Ho in mente un piano di sviluppo che farebbe della radio un "apparecchio d'uso domestico" come lo sono il grammofono o il pianoforte. L'idea è di portare nelle case la musica attra-

verso la radio. Il ricevitore può avere la forma di una semplice radio music box ed essere fatto in modo da ricevere un certo numero di lunghezze d'onda diverse con la possibilità di cambiare semplicemente azionando un interruttore o premendo un bottone.

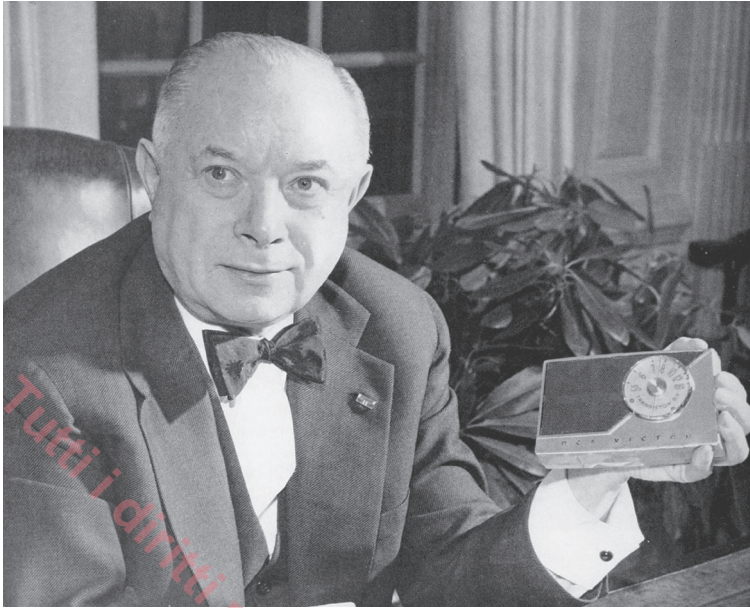
La scatola musicale avrà un amplificatore e un altoparlante telefonico incorporati. Eventi di importanza nazionale potranno essere trasmessi e ricevuti in contemporanea. Si potranno trasmettere le partite di baseball installando un apparecchio allo stadio.

Questa soluzione è particolarmente interessante per i contadini e per chi vive fuori città. Acquistando la "radio music box" essi potrebbero ascoltare concerti, letture, musica e recital.¹

Poche righe dentro le quali troviamo disegnata l'evoluzione comunicativa e culturale più importante dell'epoca moderna: l'utilizzo della radio come mezzo di comunicazione di massa. Fino a quel momento la "radio" è utilizzata con lo stesso meccanismo del telegrafo, con una stazione trasmittente e una ricevente e una comunicazione da punto a punto. Ma non è tutto: in questo memorandum, che ci piace definire "la profezia di Sarnoff", c'è l'identità della radio che nascerà da lì a qualche anno, ma soprattutto la forma prevalente di comunicazione radiofonica che si realizzerà solo dopo diversi anni e che, con tutte le evoluzioni tecnologiche del caso, arriverà fino ai nostri giorni.

Il posto che, negli auspici di Sarnoff, avrebbe dovuto occupare la nuova scatola musicale nelle case della classe media americana, è occupato dal pianoforte e dal fonografo. Due oggetti che occupano uno spazio fisico strategicamente importante nei salotti: si trovano al centro dell'arredamento e le famiglie vi si radunano intorno per trascorrere le loro serate. L'industria culturale americana alla vigilia degli anni Venti produce spartiti musicali di opere liriche e sinfoniche e registrazioni fonografiche a 78 giri di operette e performance delle prime orchestre, qualcuna delle quali suona il jazz.

¹ G.L. Archer, *History of Radio*, Arno Press, New York 1938.



David Sarnoff, 1956

Il superiore di Sarnoff che nel 1916 ricevette il suo memorandum, così come tutti i suoi colleghi delle altre società di *broadcast*² americane, aveva due problemi indissolubilmente legati: confezionare le trasmissioni che avrebbero incrementato le vendite degli apparecchi radioriceventi e studiare un sistema per “tassare” l’ascolto della radio e rientrare così delle spese di produzione dei programmi. Così, nel gennaio del 1920 Sarnoff ripropone il suo progetto di Radio Music Box, integrandolo con notazioni economiche: i costi di produzione sarebbero stati coperti dal ricavato delle vendite degli apparecchi radiofonici e dagli abbonamenti al mensile “Wireless Age”, la rivista che avrebbe pubblicato i palinsesti della programmazione radiofonica.

Risolvendo così il problema dei costi di produzione, l’Ame-

² Società che si occupano della realizzazione e della trasmissione dei programmi radiofonici.

rican Marconi iniziò l'anno successivo la trasmissione in radio-diffusione: non più quindi, un sistema che prevede un punto di trasmissione e uno di ricezione, ma un sistema con un punto di trasmissione e potenzialmente infiniti punti di ricezione. Un sistema *broadcast*, che letteralmente vuol dire seminare, spargere, che sarà il concetto base della nascente cultura di massa. L'intuizione di Sarnoff, oltre ad aprire un'era di grande diffusione della radio e il conseguente ritorno all'oralità della comunicazione, sta dunque alla base della forma comunicativa che la radio assumerà in parte nei primi anni di vita e completamente dopo l'avvento della televisione: la radio music box.

Il primo passo, prima ancora della messa a punto delle stazioni trasmettenti, sarebbe stato necessariamente la produzione e la diffusione di apparecchi riceventi civili, un settore tutto da inventare anche se alcune società americane avevano realizzato qualcosa di simile, che era stato utilizzato durante la Prima guerra mondiale in Europa.

Va alla Westinghouse Electric Corporation il merito della produzione industriale e della commercializzazione, all'inizio degli anni Venti, di apparecchi molto simili all'idea di Sarnoff, anche se la Westinghouse resterà negli annali per essere stata, direttamente o indirettamente, la prima emittente radiofonica della storia della radio. Fu infatti uno dei suoi ingegneri progettisti, Frank Conrad, a installare nel garage della sua casa, una vera e propria stazione emittente e a trasmettere con una licenza amatoriale i fonografi della sua collezione personale. La leggenda narra che Conrad ottenne una sponsorizzazione da parte del negozio di dischi nel quale si riforniva e che un quotidiano locale pubblicò l'inserzione di un grande magazzino che annunciava la vendita al pubblico degli apparecchi capaci di captare le trasmissioni musicali di Conrad. Inoltre alcuni degli ascoltatori erano soliti chiedere a Conrad la trasmissione di alcuni particolari brani musicali, per farli ascoltare ai propri ospiti. Insomma, trovandoci all'alba della nostra storia, a Frank Conrad possiamo assegnare anche la paternità della pubblicità radiofonica e delle "dediche & richieste".

Sta di fatto che l'iniziativa di Conrad giunse alle orecchie dei suoi datori di lavoro. Dopo aver ottenuto una licenza di trasmissione ufficiale, la Westinghouse di Pittsburgh assorbì l'apparecchiatura sistemata nel garage e iniziò le trasmissioni con il nome di KDKA da uno stabilimento industriale di Washington.

È il 2 novembre del 1920 ed è il giorno delle elezioni presidenziali: cominciano così le trasmissioni radiofoniche quotidiane, anche se la ricezione riguarda inizialmente solo qualche migliaio di radioamatori americani.

In breve tempo però la radio si diffonde in maniera così rapida che negli Stati Uniti già nel 1922 si contano ben 187 stazioni, mentre gli apparecchi sistemati nei salotti degli americani alla fine di quell'anno saranno 750.000.

Sempre nel 1922 registriamo l'ennesima "prima volta" di questa storia: a New York la stazione radio WAAF trasmette il primo spot pubblicitario, quello dell'agenzia immobiliare Hawthorne Court Apartments in Jackson Heights: un grande successo.

Nascono emittenti che si specializzano: quelle che trasmettono solo cronache sportive, soprattutto baseball e pugilato e a Chicago nasce WAAF, prima radio interamente musicale della storia. Un altro pezzo della profezia di Sarnoff si avvera, dunque, con la nascita dei generi di programmazione. Ma le trasmissioni radiofoniche avranno un ruolo decisivo nella nascita dell'industria musicale, che sarà una logica conseguenza della necessità di quantità sempre maggiore di prodotti discografici. Per intanto, data la situazione dell'industria culturale all'inizio degli anni Venti, WAAF trasmette le opere in cartellone nei teatri di Chicago.

La rapida diffusione degli apparecchi radiofonici introdusse nella società americana un elemento dirompente. È stato calcolato, per esempio, che il discorso del presidente Harding del settembre del 1923, ebbe, attraverso la radio, circa un milione di ascoltatori.³ Nessun presidente aveva mai avuto una platea

³ J. Hind, S. Mosco, *Rebel Radio: The Full Story of British Pirate Radio*, Pluto Press, London-Sidney 1985, p. 22.

così vasta e soprattutto, nessun presidente si era fatto ascoltare entrando direttamente nelle case di un milione di persone. Il nuovo mezzo di comunicazione abbattava tutte le barriere, compresa quella dell'isolamento geografico, ottenendo quindi la sua diffusione e il suo sviluppo più imponente proprio negli sterminati Stati Uniti, desiderosi di creare un solido collegamento tra gli americani sparsi in tutti gli Stati. Inoltre, proprio negli Stati Uniti, a differenza di quanto accadrà in Europa, la radio adempirà sin da subito alla "profezia di Sarnoff", diventando immediatamente un mezzo di svago e di divertimento.

Per quanto riguarda l'Europa si può considerare come prima stazione trasmittente quella che iniziò le sue emissioni quotidiane dalla Tour Eiffel nel Natale del 1921, seguita nel febbraio del 1922 dalle trasmissioni della Scuola superiore delle PTT, sempre in Francia. Ma è in Gran Bretagna che nasce una emittente che sin dall'inizio propone un modello di sviluppo (che condiziona inevitabilmente anche lo stile di programmazione) decisamente in antitesi con quello che caratterizzerà la radiofonia americana. Il 18 ottobre 1922 il General Post Office (GPO) e alcune compagnie di telecomunicazioni⁴ fondano la BBC British Broadcasting Company. Le trasmissioni iniziano il 14 novembre, dalla Marconi House di Londra.

Sin da subito BBC individua un diverso modello economico per le sue trasmissioni, rifiutando la pubblicità e proponendo una tassa sulle concessioni governative di 10 scellini per il sostentamento dell'azienda. Anche in America però proseguiva il vivace dibattito tra gli addetti ai lavori sulla scelta della base economica sulla quale sviluppare la diffusione della radio.

In Europa prende corpo il modello di servizio pubblico, e dunque gli utenti pagano un abbonamento e una tassa sull'acquisto dell'apparecchio radiofonico, che curiosamente era proprio la proposta di Sarnoff. In America invece, dove nel frattempo proprio Sarnoff è diventato il direttore generale del-

⁴ Marconi Company, Radio Communication Company, Metropolitan-Vickers, General Electric, Western Electric e la British Thomson-Houston.

la RCA, si afferma il modello delle radio commerciali, che si manterranno solo attraverso la vendita di messaggi a pagamento, ovvero con la pubblicità.

Sebbene nel 1924 il Ministro del Commercio, Hoover, dichiarasse: “Se si utilizza un discorso del Presidente come il prosciutto in un sandwich, tra due pubblicità, cosa resterà della radio?”,⁵ la pubblicità diverrà la base economica della radiofonìa americana, e ne segnerà profondamente anche il modello di crescita. Ragionando in termini di ampliamento del bacino di diffusione del messaggio (pubblicitario), le emittenti americane tentarono in tutti i modi di raggiungere il maggior numero di potenziali ascoltatori possibile, fino ad arrivare al collegamento delle stazioni e alla creazione dei *network*. Nascono così la National Broadcasting Company (NBC) nel 1926, e la Columbia Broadcasting System (CBS), nel 1927. Entrambe, con un ricco e variegato palinsesto giornaliero, coprono interi Stati e si finanziano attraverso la pubblicità. Inutile aggiungere che la continua ricerca di inserzionisti influirà sulle scelte di programmazione, che risulteranno più popolari e meno elitarie rispetto al modello europeo. Sin dagli albori, dunque, si gettano le basi di quel modello radiofonico americano che, con lievissime variazioni, è giunto fino ai nostri giorni, e che influenzerà in maniera decisiva il modo di fare radio anche in Europa e, a partire dalla fine degli anni Sessanta, anche in Italia.

⁵ P. Flichy, *Storia della comunicazione moderna*, Baskerville, Bologna 1994.

La radio in Italia: nascita e *Giovinetza*

In Italia, nonostante l'inventore della radio fosse un italiano, le trasmissioni tardarono a partire. Nei primi mesi di vita del regime fascista ci furono intensi contatti tra Marconi, il suo rappresentante italiano Luigi Solari e i vertici governativi. Lo stesso Mussolini ricevette più volte Marconi per discutere dell'opportunità di avviare le trasmissioni radiofoniche. Il Duce espresse in varie occasioni il suo interesse per il nuovo mezzo, come nel corso di un incontro tenuto a Roma nel luglio del 1923 e riportato da Solari: "L'Italia deve mettersi in condizione di avere 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".⁶

In realtà Mussolini aveva intenzione di temporeggiare per almeno due ordini di motivi: per un verso non era del tutto persuaso dell'utilità e dell'eventuale utilizzo del nuovo mezzo, e dall'altro c'era da definire la ripartizione delle partecipazioni azionarie dell'azienda che avrebbe dovuto gestire il nuovo servizio. Mussolini, infatti, non intendeva affidare al solo Marconi la gestione della rete trasmittente e della programmazione,

⁶ F. Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia 1999, p. 15.

convinto che un tale potere dovesse essere ripartito tra diverse entità economiche.

Nell'aprile del 1924, un regio decreto unificò i ministeri delle Ferrovie, delle Poste e Telegrafi, dei Telefoni e della Marina mercantile nel nuovo Ministero delle Comunicazioni, con a capo Costanzo Ciano, che intratteneva rapporti professionali con Marconi e Solari sin dai tempi dei loro comuni trascorsi in Marina.

Ciano proseguì la serie di esperimenti in collaborazione con la Società Italiana Marconi, iniziati con il pur parzialmente fallimentare tentativo di trasmettere il discorso che Mussolini tenne al Teatro dell'Opera di Roma il 25 marzo 1924, e che possiamo considerare la prima trasmissione radiofonica italiana.

Marconi intuì che per partecipare all'avviamento della radio in Italia avrebbe dovuto accettare la condivisione della gestione delle trasmissioni radiofoniche italiane. Così, il 3 giugno 1924 il Ministero delle Comunicazioni rendeva noto che l'esercizio radiofonico sarebbe stato affidato alla Società Radiofono, ovvero la Marconi, e alla Società Italiana Radio Audizioni Circolari (SIRAC) che aveva alle spalle la società americana Western Electric, interessata soprattutto alla produzione e diffusione degli apparecchi riceventi.

Il 27 agosto 1924 nasceva l'Unione Radiofonica Italiana (URI), la prima società di broadcasting italiana, con capitale sociale di 1.400.000 lire. Presidente è l'ingegnere Enrico Marchesi che fino ad allora era stato per svariati anni direttore centrale della FIAT di Torino. La prima stazione trasmittente italiana, quella di San Filippo sui monti Parioli, vicino Roma, iniziò a diffondere ufficialmente le trasmissioni dell'URI il 1° gennaio 1925, anche se la prima trasmissione radiofonica sperimentale è fissata il 6 ottobre del 1924: la prima voce in assoluto è quella di Maria Luisa Boncompagni. La Boncompagni era stata da poco assunta dall'URI in qualità di "lettrice dicitrice", in virtù della precedente esperienza quasi decennale presso l'Araldo Telefonico, un progenitore della radio.⁷

⁷ Risale infatti al 1909 la concessione del Ministero delle Poste, e il relativo



Maria Luisa Boncompagni

Dopo l'annuncio della Boncompagni, che si limitò a pronunciare una sola frase "Unione Radiofonica Italiana, stazione di Roma Uno, trasmissione del concerto inaugurale", un'altra voce femminile, quella di Ines Viviani,⁸ presentò l'opera 7 (primo e secondo tempo) di Haydn, eseguita dallo studio per il concerto inaugurale dal quartetto d'archi di cui lei stessa faceva parte. La Viviani può essere considerata quindi la prima conduttrice radiofonica italiana.

Ma quale sarà stato il primo disco, o meglio fonografo, trasmesso dalla radio italiana? Per scoprirlo basta attendere

inizio delle trasmissioni, di questo programma di notizie e musica che attraverso le linee telefoniche raggiungeva gli utenti abbonati in apparecchi riceventi dotati di cuffia. Un'intuizione dell'ingegner Luigi Ranieri, si sovrappose alle trasmissioni radiofoniche fino al 1943.

⁸ Un curriculum di musicista e accidentalmente moglie del baritono Ugo Donarelli, primo direttore artistico dell'URI.