

Radio

colloquio con... **Franz CORIASCO**

Franz Coriasco è nato a Torino nel 1958. Negli anni '70 comincia la sua attività professionale come giornalista della carta stampata e parallelamente nel campo radiofonico. È musicista, critico musicale, consulente artistico e autore radio-televisivo per la RAI e BLUSAT 2000. Da undici anni è Direttore Artistico del Concerto dell'Epifania, evento musicale organizzato dall'Associazione Oltre il Chiostro.

Ci racconta brevemente la Sua esperienza professionale?

Ho cominciato quasi per caso la mia attività in radio alla fine degli anni '70, in un periodo in cui le radio libere erano in fortissima opposizione a quella che era l'offerta della RAI. Si era orgogliosamente non omologati alle scelte musicali del tempo. Mi divertivo a mandare in onda dischi di importazione, che si conoscevano solo grazie ai passaparola. La mia è stata, peraltro, una vocazione tardiva, perché fino ai 18 anni posso dire che di musica non ne capivo quasi niente. Poi sono stato fulminato sulla via di Damasco da un amico e da lì è nata prima una passione, poi un mestiere.

Che cosa è cambiato nel mondo della radio da ieri a oggi?

Direi che è cambiato quasi tutto. Semplificando, direi che la radio moderna è nata, con grande orgoglio, come un elemento alternativo al music business, e allo show-business dei tardi anni '70. Poi pian piano, si è omologata, finendo per scimmiettare quei modelli che inizialmente voleva in qualche modo contrastare. Parallelamente, è cresciuta anche la professionalità da parte di chi vi lavorava, togliendo molte delle ingenuità, ma anche delle energie creative degli albori. In questo momento parlare di radio non è facile. Intanto, ci sono diversi modelli che vanno dalle radio comunitarie a quelle commerciali, dai grandi network alle radio legate a una parrocchia o a un quartiere. È un mondo molto variegato e c'è ancora tantissima confusione nel settore; un settore che per sua natura è estremamente dinamico, infinitamente più di quanto possa essere il mondo della televisione. La dinamicità, e la fluidità, sono elementi congeniti nel mezzo radiofonico. Sicuramente di questi tempi c'è una fortissima crisi di creatività e i modelli, specie nei grandi network, finiscono per assomigliarsi l'uno con l'altro, in un processo che strumentalizza e avvilisce gli ascoltatori, i quali finiscono per avere un'offerta molto limitata. Si lavora con le solite playlist, una uguale all'altra, con le solite canzoni martellate dieci volte al giorno. È avvilente pensare che un artista produce un album di dieci, dodici pezzi, quando al pubblico ne arrivano uno o al massimo due, il più delle volte scelti con una logica molto discutibile, da persone non sempre qualificate e culturalmente adeguate.

Quali sono i punti di forza della radio, rispetto, ad esempio, alla televisione?

Il pregio più evidente è che ascoltando la radio si può fare altro. Per questo motivo la radio è meno "dittatoriale", non ti obbliga a stare inchiodato immobile su una poltrona. E poi stimola enormemente la fantasia. Come dicevo, per sua natura è molto più veloce, molto più rapida della televisione. Infine, da un punto di vista produttivo, a parità di qualità, costa infinitamente meno fare un programma radiofonico che uno televisivo.

Quando è ravvisabile un momento di svolta nel corso della storia della radio?

Ce ne sono parecchi. Il primo che mi viene in mente potrebbe essere Alto gradimento di Renzo Arbore e Gianni Boncompagni, che hanno del tutto rivoluzionato, se non addirittura inventato un modo di fare radio. Dal punto di vista prettamente musicale, ricordo di quando Radio RAI proponeva la trasmissione serale Popoff che, per quelli della mia generazione, ha aperto le porte ad artisti che altrimenti non avremmo mai conosciuto, come Jackson Browne, o Joni Mitchell. Poi segnalerei l'approccio imprenditoriale dei network, dove un nome su tutti può essere quello di Claudio Cecchetto, che con grande furbizia strategica, riusciva a creare dei personaggi dal nulla, dimostrando inequivocabilmente che la radio rappresentava un passaggio inevitabile per qualunque tipo di promozione. Attualmente stiamo vivendo ancora questa stagione, anche se temo che siamo arrivati agli sgoccioli.

Per quale motivo?

Ormai questo sistema non funziona più. La radio non fa più promozione, è diventata un circolo vizioso, dove per lo più si blatera e la cultura latita. Non si fa più informazione musicale e il kitsch che era appannaggio della televisione, pian piano sta contaminando, dopo i quotidiani e i settimanali, anche la radiofonìa.

C'è un'esperienza da cui ha tratto un personale arricchimento?

Nella mia attività a Blu Sat 2000, ho varato due progetti che mi paiono interessanti. Il GR Storia è un giornale radio virtuale, ambientato nel passato ed è un'idea che aiuta, divertendo, a imparare qualcosa di più. Mi ha molto gratificato, anche perché ha dato occasione a tanti talenti, attori e studiosi, di riuscire a esercitare al meglio le loro capacità. Poi c'è un programma di musica dal vivo, dove il rapporto vero con i musicisti, fa capire tante cose, tante verità nascoste della musica. Quando ci sono i musicisti in azione, c'è poco spazio per le chiacchiere e si è in grado di distinguere in maniera immediata il talento dal non talento, la persona che ha spessore, da quella che non ce l'ha.

C'è una canzone che più di ogni altra esprime il senso più vero della radio?

Forse La Radio di Eugenio Finardi, che invocava una radio che sia libera, ma libera veramente. Quello slogan esprimeva un modello che forse, con gli adeguati aggiustamenti, potrebbe essere ripreso. È chiaro che oggi certi standard non funzionerebbero più, ma la filosofia di vita sottintesa da quello slogan, radio libera, secondo me può essere ancora valida, giacché credo che una delle necessità primarie dell'uomo post-moderno sia proprio quello di liberarsi dai condizionamenti mediatici. La radio per sua natura ha questa vocazione, proprio perché è meno invasiva, e poi è più rapida e sa cogliere in fretta le mutazioni. In questo senso, però, necessita uno scatto di qualità, soprattutto nella mentalità degli addetti ai lavori. Anche sul piano etico. La gente si è stufata delle sciocchezze, della banalità di discorsi più o meno ammantati di ipocrisia, di eccessivo buonismo o di cinismo: chiede verità e passione. Ma se il modello che si va a veicolare è un modello di bassissimo profilo, dove la cultura è vista come la lebbra, allora ci si avvita solo su se stessi.

Fino a che punto la tecnologia ha stravolto il mondo della radio?

Sono dell'idea che la tecnologia non sia né buona né cattiva. E anche nell'ambito dei media, può assumere valenze assai positive o dannose, a seconda di come la si usa. Se aiuta ad accrescere la creatività è buona, se diventa un pretesto per meccanizzare e raffreddare il rapporto tra pubblico e ascoltatore, tra chi lancia un messaggio e chi lo riceve, allora diventa sostanzialmente ininfluente se non tossica. Certo, dal punto di vista formale permette di realizzare determinati prodotti in minor tempo. Però guardando le radio di oggi e quelle di ieri, si nota che il problema va individuato non tanto nella tecnologia e nel suo uso, ma nella creatività, nella capacità di veicolare delle emozioni attraverso questa scatola. Se si hanno delle buone idee, si può lavorare anche con mezzi rudimentali, come avveniva un tempo, come accadeva con Alto gradimento; ma se non ci sono buone idee e non si è disposti a investire e a sudare per attuarle, anche i più grandi marchingegni tecnologici, non possono fare miracoli e alla fine si producono solo tonnellate di inutili banalità.

L'arrivo del nuovo millennio ha destato la curiosità di tanti. Delusione o soddisfazione per le aspettative?

Per certi versi a me sembra che siamo ancora alla fine dell'Ottocento. È come se il XIX secolo si stesse chiudendo ora. Si fa più chiaro quello che non funziona più, o funziona male, ma appare molto meno comprensibile ciò che potrebbe funzionare meglio, che cosa funzionerà nell'immediato futuro. Nel corso della storia dell'umanità, mai come in questo periodo le mutazioni sono così rapide che non si ha neppure il tempo di metabolizzarle. Tutto invecchia e si consuma troppo velocemente. Siamo tutti un po' smarriti e lo smarrimento credo che sia stata una costante nell'ultimo decennio del secolo scorso e nei primi anni del nuovo millennio. L'evento delle Torri Gemelle ha tolto agli occidentali la sicurezza, ma non l'arroganza, e tuttavia non si vedono al momento modelli alternativi credibili: perché, dall'altra parte, troviamo sostanzialmente sottosviluppo, dolore, povertà, integralismo, o una gran voglia di saltare da questa parte. C'è poco da fare: il sistema che ancora fa da modello è quello del capitalismo occidentale, pur avendo ormai dimostrato in tutti i modi di non funzionare. Purtroppo in questo momento storico è quasi impossibile offrire alternative perseguibili, se non il ritorno a una visione etica e morale dell'esistenza che pervada tutti i settori: mezzi di comunicazione, politica, scienza, economia, rapporti interpersonali...

Nel mondo della radio, che cosa sente più urgente da dover discutere? Quali punti fisserebbe all'ordine del giorno per *domani*?

Innanzitutto formare degli addetti ai lavori che abbiano una seria preparazione culturale e una visione etica della vita. Poi promuovere la costruzione di nuovi modelli (non importa se sia una radio di programmi o a fasce, comunitaria o commerciale), partendo da un punto fisso: la radio deve essere innanzi tutto uno strumento al servizio di chi ascolta. Occorre studiare nuovi rapporti con il radioascoltatore, così come col telespettatore o chi va al cinema. Non considerarlo come un potenziale babbeo da fregare, ma come una persona da poter arricchire. Per chi fa radio pensare questo dovrebbe essere un dovere. Ogni mestiere ha una sua deontologia. La radio può avere anche un valore formativo, oltre che informativo o di evasione. Certo non si può pretendere che possa migliorare il mondo da sola, però mettendo a sistema una serie di strumenti e facendoli remare dalla stessa parte, forse qualcosa di buono è capace di fare anch'essa, nel suo

piccolo... In fondo la radio è la sorella gentile della televisione: così gentile che passa per minore pur essendo maggiore...