

Non capita spesso di guardare al mondo radiofonico come luogo dove nascono e si consolidano professionalità specifiche. Parlando di radio e lavoro esprimiamo infatti un concetto che ha molte sfaccettature, e che cambia a seconda dei periodi e delle diverse realtà di riferimento. Certo, la radio pubblica in Italia come negli altri Paesi europei realizza sin da subito una struttura complessa, facendo nascere al suo interno una serie di competenze specifiche e di grande valore; e non avrebbe potuto essere diversamente, considerando le basi ideologiche e le finalità del servizio pubblico in Europa, volto a fornire all'ascoltatore cittadino un servizio sociale che lo facesse crescere culturalmente; inoltre, considerato che la finalità non era il guadagno, non esisteva alcun limite strutturale rappresentato dalle risorse economiche scarse. Impegno e investimenti determinano una ricchezza di generi ed una ricchezza nei palinsesti, e la conseguente crescita di nuove figure professionali; la radio attira uomini del mondo della cultura, delle scienze, dello spettacolo che si cimentano con il nuovo mezzo cercando di adattare e modificare le proprie competenze, di sfruttare al meglio le proprie conoscenze; sono le professionalità cresciute nel mondo radiofonico la prima linfa per la neonata televisione. La struttura organizzativa è complessa, le risorse numerose, le funzioni ben distinte, il lavoro parcellizzato; si crea una macchina produttiva che distingue responsabilità ed aree di competenza.

Le modalità di sviluppo della radio privata creano altre condizioni per lo sviluppo delle professionalità radiofoniche: nel periodo pionieristico della radiofonia, il periodo artigianale, quello in cui quasi chiunque con investimenti bassissimi poteva divenire un editore radiofonico, l'approccio al mezzo era legato all'impegno politico o ideologico (radio comunitarie, legate a gruppi o movimenti) o alla passione musicale. Chi si trova a lavorare nelle neonate radio lo fa senza preparazione specifica e senza percorsi professionali di riferimento; non esistono modelli organizzativi che non siano quello della RAI, troppo costoso e inadatto al nuovo modo di fare radio, o quelli delle radio private americane, calate in una realtà totalmente diversa. Al momento della nascita delle radio private non esistono competenze di settore, se non quelle acquisite dai

pochi che avevano lavorato all'estero. Chi si avvicina alle nuove radio proveniva da mondi contigui come la musica, l'informazione, lo spettacolo, oppure è totalmente privo di esperienza; in ogni caso il mestiere resta tutto da inventare. Il personale è scarso, a volte non retribuito, spesso senza contratto; i confini tra compiti di genere diverso in molti casi sono sfumati o inesistenti.

La valenza positiva di questa realtà vitale ma fragile e destrutturata è stata la sua agilità, e quindi la sua capacità di sopravvivere in una situazione di risorse economiche scarse e di regolamentazione assente e di adattarsi progressivamente alle nuove esigenze del mercato. Inoltre era assolutamente in linea con il clima di trasgressione che ha accompagnato i primi anni della radiofonia privata. Per chi lavora all'interno di queste strutture vale, a seconda delle necessità, la definizione di "tutti fanno tutto": direzione artistica, programmazione musicale e fasce di conduzione o contratti pubblicitari possono essere gestiti insieme, chi conduce un programma in onda al mattino può occuparsi al pomeriggio della programmazione pubblicitaria o della creazione degli spot e via di seguito.

È noto qual è il processo che determina la crescita ed il rafforzamento del settore radiofonico, il circolo virtuoso che passa attraverso il miglioramento del prodotto, la certificazione e la crescita degli ascolti, l'aumento delle risorse pubblicitarie, un migliore assetto normativo ed una razionalizzazione del settore. Con il consolidamento delle radio nazionali e di alcune forti emittenti locali (Radio Norba, tanto per fare un esempio, o Radio Babboleo in Liguria) si determina anche la spinta ad una migliore organizzazione del lavoro e ad un impegno più strutturato; questo processo porta innanzitutto ad una selezione che tende a minimizzare l'apporto di chi vive il lavoro radiofonico come un'attività secondaria e poco importante; in secondo luogo determina una più specifica definizione dei ruoli all'interno della struttura produttiva, con la crescita di competenze specifiche e la distinzione dei settori professionali. Si supera, in sostanza l'indeterminatezza che aveva permeato un certo periodo della radiofonia privata, e viene progressivamente riconosciuto il valore distinto delle singole competenze.

La ristrutturazione non è però arrivata ad una parcellizzazione del lavoro troppo spinta, come è invece avvenuto in alcune realtà



all'estero (per esempio in Francia o negli Stati Uniti, dove c'è chi realizza soltanto interviste o chi si limita a rivedere e condurre prodotti preparati da altri). L'impegno, nelle realtà italiane, riguarda solitamente almeno una fase significativa del processo di produzione in un determinato settore: realizzare un giornale radio vuol dire scrivere i testi e realizzare e montare un'intervista; chi conduce un programma lavora alla sua preparazione ecc... Si è passati in sostanza da un'assegnazione confusa delle mansioni ad una specializzazione di settore attenta alla continuità del risultato; è però bene ricordare che si tratta di un processo tutt'ora in corso, in atto all'interno delle radio nazionali e delle locali più forti, ma dal quale sono rimaste fuori, del tutto o in parte, piccole radio locali sopravvissute alla razionalizzazione del settore.

In generale, non è possibile però identificare un modello organizzativo comune all'interno delle emittenti, in modo da definire quali sono e che mansioni svolgono le diverse figure professionali della radiofonia. Ciascuna radio presenta un modello organizzativo diverso, dove alcune funzioni sono valorizzate ed altre minimizzate. Inoltre, le attribuzioni di compiti e responsabilità può essere differente a seconda delle stazioni prese in esame anche in presenza delle stesse figure professionali.

L'unico processo di teorizzazione possibile è quindi quello che identifica una serie di aree funzionali all'interno delle quali operano le differenti professionalità; tra le aree funzionali possiamo identificare quelle del management e della direzione, della programmazione musicale, della produzione dei programmi parlati, della conduzione, l'area tecnica di alta e quella di bassa frequenza, quella che si occupa della raccolta e della programmazione pubblicitaria ed il settore dei servizi, che comprende le mansioni di segreteria ed il rapporto con gli ascoltatori; a queste si aggiunge oggi anche l'area legata all'informatica. Nella realtà specifica di ciascuna emittente non sempre sono presenti tutte le funzioni sopra accennate; a seconda del suo formato, ciascuna stazione sceglie le aree utili, ne definisce la rilevanza e i rapporti. Pensiamo ad esempio a radio musicali dove è totalmente assente l'area della conduzione, radio di parola che non hanno programmazione musicale, radio rivolte ad un pubblico giovane che decidono di eliminare il settore di redazione.

Questa linea di tendenza si è tanto più rafforzata quanto più le

radio italiane hanno seguito un processo di specializzazione dei formati, costruendo offerte mirate per pubblici differenti. Contestualmente sono aumentati nei palinsesti delle radio private gli spazi dedicati alla parola, a quel "parlato di contenuto" che si voleva per un lungo periodo appannaggio unico della radio pubblica. Con la nascita di programmi e spazi di informazione anche nelle radio commerciali (nella maggior parte delle radio comunitarie la funzione informativa è sempre stata elemento fondante) sono aumentati gli spazi e le attività di redazione e di conduzione, legate a giornali radio o programmi. C'è una grande varietà di compiti, oggi, all'interno delle radio private, compiti che spaziano dalla musica all'informatica, che richiedono competenze tecniche o manageriali, che impegnano giornalisti e uomini di marketing.

Anche la radio pubblica si è mossa in un percorso di differenziazione dei canali, alla ricerca di offerte appetibili per pubblici differenti. Così si è aperta la strada per professionalità tradizionalmente legate alla radio privata, come la conduzione di programmi giovanili. Così alcuni personaggi nati nel modo delle private sono stati ingaggiati dalla radio pubblica, mentre ci sono esempi anche del percorso inverso: professionisti, soprattutto legati al mondo dell'informazione, che dalla Rai passano a collaborare o a lavorare per radio private (pensiamo ad esempio a Demetrio Volcic direttore del circuito CNR o Giancarlo Santalmassi a Radio 24). Questo scambio di professionalità, che avviene anche al livello delle redazioni dei programmi, è sicuramente un segno di maturità per il settore della radiofonìa. Anche l'età anagrafica di chi lavora nella radio pubblica e nella radio privata è cambiata. Nella Rai c'è la ricerca di un maggior apporto dei giovani in ruoli significativi, come quello della conduzione; nelle radio private arrivano anche voci mature.

Ma se le radio nazionali e la maggior parte delle grandi radio regionali o pluriregionali hanno raggiunto un assetto stabile, tra le piccole radio restano realtà difficili, che vengono gestite con poco personale, e situazioni professionali fragili.

Una stima forfettaria fornitaci dalle associazioni di categoria parla di 3.200 dipendenti e 5-6mila collaboratori nella circa 1.300 radio locali italiane, tra le quali si trovano grandi realtà così come emittenti piccole e piccolissime, mentre le 13 principali radio nazionali raccolgono circa 1.500 persone, tra dipendenti, collabora-



tori e fornitori di servizi (ad esempio personale che si occupa della manutenzione degli impianti, ecc...). Da questi dati risulta che ruotano intorno al mondo delle radio circa 10 mila persone, e di queste un po' meno della metà con un impegno stabile.

Si evince uno degli elementi di criticità del lavoro nelle emittenti radiofoniche: il numero significativo di collaboratori rappresenta in alcuni casi una ricchezza (i collaboratori sul territorio che contribuiscono all'informazione nelle grandi radio nazionali, ad esempio), nella maggior parte delle situazioni è invece il sintomo del disordine contrattuale che persiste ancora in parte del settore.

Per quanto riguarda invece la questione della formazione e dell'accesso, il percorso all'interno delle radio sta diventando più impegnativo e più selettivo: le emittenti richiedono maggiori capacità professionali, ed anche maggiore preparazione. Diminuisce contestualmente il numero delle piccole radio locali che per un lungo periodo hanno costituito il canale principale di accesso, con una formazione realizzata attraverso l'esperienza operativa, mentre percorsi formativi per creare competenze specifiche nel settore della radiofonia si stanno sviluppando in questi anni; alcune Università sono particolarmente attive nel realizzare corsi, studi e ricerche sul mondo della radio, e ad affidare alcuni spazi di formazione a professionisti della radiofonia in modo da creare un ponte tra radio ed Università; anche se questo è un canale di accesso alla professione della radio ancora poco diffuso, si tratta comunque di un segnale di crescita del settore di assoluto rilievo. Anche in questo caso si tratta semplicemente di una linea di tendenza, e non certo di una realtà consolidata: il percorso più spesso intrapreso passa ancora per la formazione sul campo. I tempi di crescita sono divenuti più lunghi e decisamente più selettivi, anche perché la prima ondata dei professionisti della radiofonia, quelli nati con le radio private, ha occupato i ruoli più importanti ed ha davanti ancora un lungo periodo di vita lavorativa.

Infine l'apporto di novità tecnologiche, in particolare la digitalizzazione. Utilizzo di PC, regie automatiche, sistemi per la gestione della scaletta musicale (come Selector), programmi per la gestione integrata di testi ed audio hanno modificato in due direzioni il modo di lavorare all'interno della radio: da una parte sono cambiate le competenze richieste, considerando che oggi tutte le figure professionali che lavorano in un'emittente devono avere compe-

tenze informatiche da buone a ottime (pensiamo solo ai tecnici di regia, ai giornalisti, al lavoro di gestione della scaletta pubblicitaria); dall'altra, il supporto di nuovi strumenti tecnologici ha modificato le condizioni di lavoro, semplificando le operazioni ed allo stesso tempo rendendo più sofisticati i processi. Pensiamo, per fare un esempio, al lavoro all'interno degli studi, dove il tecnico di regia non deve più gestire una serie di supporti tecnologici differenti ma una macchina sofisticata dalle molte funzioni, oppure ai procedimenti di editing e di montaggio, realizzati ormai completamente, quasi ovunque, su PC, che ha limitato il rischio di errore ed ha aperto la strada a infinite possibilità per migliorare, modificare, tagliare e riassemblare con estrema facilità e in tempi brevi qualunque suono o registrazione.

La digitalizzazione ha influito sul lavoro all'interno delle emittenti anche permettendo un diverso assetto organizzativo, grazie al supporto delle macchine che svolgono del tutto o in parte ruoli prima eminentemente manuali (ad esempio la regia automatica); il rapporto tra tecnologie ed organizzazione del lavoro, e quindi figure professionali, è infatti molto stretto; un maggiore ricorso all'automazione dei processi prevede un diverso utilizzo del personale disponibile. Molte radio locali di dimensioni piccole o medie hanno attuato una razionalizzazione dell'organizzazione del lavoro grazie ad investimenti non particolarmente onerosi in tecnologie.

Assieme a tutti gli elementi che abbiamo delineato c'è un processo in atto che è conseguenza delle trasformazioni avvenute ed in atto nel mondo radiofonico. Riguarda la percezione del lavoro alla radio. Per motivi diversi, (la preminenza della televisione per la radio pubblica, il lungo periodo pionieristico per la radio privata) il valore e soprattutto la specificità delle professioni relative al mondo della radio difficilmente sono state riconosciute, sia all'esterno, come percezione sociale delle figure professionali della radio, sia, in molti casi, all'interno del settore stesso. Oggi le professioni radiofoniche hanno assunto una dignità diversa. A questo ha contribuito il rafforzamento generale del settore che si è tradotto, come abbiamo detto, in un miglioramento dei palinsesti, ma anche in un approccio al mercato in grado di lavorare anche sull'immagine della stazione con una maggiore attenzione al marketing editoriale ed alla promozione; ha contribuito anche la presenza ormai significativa di grandi gruppi editoriali con una credibilità univer-



salmente riconosciuta nel settore radiofonico, e l'affermarsi di imprese radiofoniche solide ed importanti sia nella realtà nazionale che in quella locale.

La radio non si fa più, ormai da tempo, solo per passione, impegno sociale o divertimento; fare la radio è un lavoro, ma l'impegno e la passione per il mezzo restano una componente irrinunciabile per acquisire una buona professionalità: è un lavoro più difficile di quanto chi è all'esterno possa immaginare, il mezzo resta comunque povero dal punto di vista delle risorse economiche, se confrontato con la televisione o anche con realtà radiofoniche di altri Paesi, e inoltre non fornisce le gratificazioni legate all'apparire così connaturate in una civiltà dell'immagine.



Radiofonografo DUCATI, mod. RR 3404, mobile a consolle, 1940