

Comunicazione

Corecom: censimento Ast delle radio in Toscana

Presentazione del report, mercoledì 24 febbraio alle 11,30 in sala Gonfalone. Interverrà il presidente del Consiglio regionale Eugenio Giani.

Firenze - Oggi, mercoledì 24 febbraio sarà presentato, nella sala Gonfalone di palazzo Panciatichi, sede del Consiglio regionale, il censimento delle emittenti radiofoniche in Toscana. Si tratta di una mappatura condotta dall'Associazione stampa toscana con il supporto del Corecom regionale. Il rapporto è stato redatto dalle giornaliste **Chiara Brillì, Elena Guidieri ed Isabella Mancini.**

Alla conferenza stampa di presentazione del report parteciperanno tra gli altri il presidente del Corecom toscano **Sandro Vannini** e quello dell'Associazione stampa **Sandro Bennucci**. Interverrà anche il presidente del Consiglio regionale **Eugenio Giani.**

L'appuntamento è per oggi, mercoledì 24 febbraio, alle 11.30, in sala Gonfalone di palazzo Panciatichi. (mc)

Le radio in Toscana
stato di salute delle emittenti locali e influenza del digitale
on line il nuovo e-book
promosso da Associazione Stampa Toscana

Qual è lo stato di salute dell'informazione prodotta a mezzo radiofonico in Toscana? Quante emittenti riservano uno spazio del palinsesto a giornali radio e approfondimenti, e in quanti casi i contenuti sono prodotti da giornalisti regolarmente assunti? In quali e quante realtà gli anni di crisi economica hanno dirottato i palinsesti verso contenuti commerciali spendibili sul mercato, a discapito degli spazi informativi e dell'occupazione nel settore?

Sono queste le domande cui si propone di rispondere l'indagine, **Le radio in Toscana. Lo stato di salute delle emittenti locali e influenza del digitale**, voluta da Assostampa Toscana e realizzata dalle giornaliste *Isabella Mancini e Elena Guidieri*.

Il report, scaricabile su www.assostampa.org, si è proposto di verificare la quantità e qualità delle emittenti radiofoniche toscane, sia dal punto di vista dell'informazione prodotta, che delle ricadute occupazionali nel settore del giornalismo radiofonico. Le curatrici hanno preso in considerazione strutture redazionali, palinsesti e tipologie di contratti stipulati all'interno di oltre 50 emittenti radiofoniche. I dati sono stati aggiornati fino a settembre 2015 con tabelle ministeriali, questionari proposti a direttori o responsabili di redazione e un focus sul passaggio dall'analogico al digitale: come lo sviluppo di Internet e il moltiplicarsi delle web radio ha influenzato il modo tradizionale di fare radio; quali i nuovi ostacoli e le nuove sfide.

“La radio – afferma **Sandro Bennucci, presidente di Assostampa Toscana** - sembra avere sviluppato via via quegli anticorpi utili per superare le varie ‘influenze’ della comunicazione. Non ripiegandosi su se stessa ma aperta alle interazioni col mondo digitale e ai nuovi supporti per l'ascolto. Ma quanto è mutata al suo interno? E in che termini? Questa ricerca tenta di rispondere attraverso un monitoraggio che ha dovuto fare i conti con l'assenza di materiale di studio pregresso e di conseguente comparazione”.

“Un'analisi necessaria per gli addetti ai lavori, per il sindacato e per gli utenti stessi, per aumentare la consapevolezza di quanto sia importante conoscere e sostenere quelle realtà che con fatica riescono a mantenere logiche imprenditoriali produttive insieme al rispetto della dignità economica e professionale dei lavoratori e alla cura dei contenuti e dei prodotti informativi - afferma **Chiara Brilli, referente Commissione Radio Assostampa** - Uno strumento utile anche per quelle istituzioni che come la Regione Toscana, promuovono bandi a sostegno dell'informazione locale virtuosa. Con questa ricerca l'Associazione Stampa Toscana propone un ulteriore contributo all'analisi della realtà giornalistica del nostro territorio per rilanciare un tavolo di confronto tra editori, sindacato e istituzioni in grado di liberare risorse economiche e progettuali ed incentivare quelle idee imprenditoriali che riescano a raggiungere un equilibrio tra produttività, qualità dei contenuti e rispetto delle professionalità. Solo così - conclude Brilli - le radio avranno prospettive di sopravvivenza nel rispetto che di chi la radio la fa e di chi la radio l'ascolta”.

Di seguito riportiamo le conclusioni del lavoro “Le radio in Toscana, stato di salute delle emittenti locali e influenza del digitale” e una panoramica del settore radiofonico suddiviso per province

Conclusioni

La radio in Toscana vive ed è viva. Le oltre cinquanta emittenti che irradiano il segnale sul territorio, ne fanno una regione dall' "ascolto vivace", dove tutte le province godono di un'ampia programmazione, o più impegnata sul fronte musicale o su quello contenutistico. Ciò che invece non vive ma a stento sopravvive è il giornalismo radiofonico. Che non è da intendersi come passaggio di giornali radio nelle varie fasce orarie dei palinsesti quotidiani (come abbiamo visto, i gr possono essere prodotti e confezionati da agenzie o service), ma come presenza di redazioni strutturate, impegnate nell'autoproduzione di contenuti giornalistici. E possibilmente sì, perfino composte da giornalisti che siano assunti con regolare contratto riconosciuto dalla categoria. Tra i dati che emergono dalla nostra analisi, ci pare che la scarsità di tali strutture redazionali e il mancato riconoscimento e inquadramento della professione giornalistica nel panorama radiofonico, siano quelli che emergono e che dovrebbero imporsi con più forza alla nostra attenzione. Nonostante non sia esiguo il numero delle emittenti radiofoniche toscane, quello dei giornalisti (pubblicisti o professionisti) regolarmente assunti rimane basso in tutte le province del territorio: 0 ad Arezzo, 13 a Firenze, 1 a Livorno, 2 a Lucca, 2 a Massa Carrara, 5 a Pisa, 0 a Pistoia, 1 a Prato, 5 a Siena. Per un totale di 29 figure di giornalisti adeguatamente collocate e impiegate nelle redazioni delle emittenti radiofoniche.

I contributi che arrivano dalle leggi nazionali alle singole emittenti tengono conto degli assunti per l'assegnazione dei punteggi e per la quota di contribuzione ma, come abbiamo potuto vedere dagli ultimi dati messi a confronto, è possibile che la prima emittente a ricevere i contributi sia una radio che non ha alcun giornalista assunto ma ben 29 part time. Dai questionari che abbiamo fatto emerge che sono due le voci più importanti del budget delle emittenti: i costi di gestione delle frequenze e quelli del personale. Se le radio sul web mostrano un panorama molto simile a quello della prima radiofonia degli anni '70 (prevalentemente basate sul volontariato, scarsa raccolta pubblicitaria, difficoltà nel fare emergere le professionalità presenti con contratti di assunzione adeguati) le emittenti locali in etere si sono bloccate perché le linee di finanziamento, sia pubblico (trasmissioni istituzionali, ndr) che privato negli ultimi dieci anni hanno subito una forte contrazione.

Il panorama radiofonico si mostra dunque ad oggi in forte difficoltà. Una condizione dettata soprattutto dalla diminuzione degli introiti, dovuta in gran parte alla crisi del mercato pubblicitario. Un calo delle risorse a disposizione che, secondo quanto affermato dagli stessi responsabili di redazione intervistati, avrebbe un effetto diretto sulla possibilità da parte degli editori di investire in figure professionali, giornaltistiche e non. Diretta conseguenza delle difficoltà economiche sarebbe anche la cessione di frequenze, nel tentativo di attenuare l'impatto economico legato al mantenimento degli apparati di ripetizione, che generalmente costituisce un peso notevole sul budget delle emittenti. Un quadro di crisi diffusa in cui si afferma come contributo vitale quello delle istituzioni pubbliche, tramite l'assegnazione di format per la produzione di contenuti a carattere informativo.

Si direbbe che la radio è un mezzo di comunicazione in crisi. Eppure sono tante le rilevazioni che dimostrano, come ricorda lo stesso prof. Ortoleva nell'intervista riportata, che la radio è un mezzo tutt'altro che in disuso. Ortoleva punta il dito sulla "pigrienza imprenditoriale" di chi fa emittenza locale e sulla trasformazione del panorama di "approvvigionamento" delle informazioni ma forse manca qualche dato in più per capire come mai si continua a non investire sull'informazione radiofonica: rapidità, presenza di prossimità con le comunità, unico mezzo di comunicazione capace di raccontare gli eventi in diretta senza una programmazione di palinsesto specifica sono un valore

aggiunto della radio che non viene mai messo a frutto e sono forse la caratteristica più democratica di questo mezzo.

La particolare modalità della fruizione radiofonica continua a far sì che questa non venga soppiantata dagli altri mezzi di comunicazione: non è successo con la televisione, non sta accadendo con il web. La radio a diffusione locale esiste e resiste, ma il modo di fare radio continua ad essere lo stesso degli anni d'oro del mezzo radiofonico, solo con meno risorse, meno qualità e meno investimenti, restituendo un mezzo non più competitivo nell'attuale mercato della comunicazione. Basta pensare all'impatto che il web ha avuto sul mercato pubblicitario, attraverso la creazione di spazi promozionali appetibili e a buon mercato. Il web che apre anche alla concorrenza diretta del mezzo radiofonico attraverso la diffusione delle web radio: un fenomeno in crescita che ancora non sembra aver trovato la propria identità; vivace dal punto di vista amatoriale ma che fatica ad affermarsi come mezzo di comunicazione professionale.

La nostra analisi tuttavia non è orientata ad una valutazione strettamente economica delle realtà radiofoniche. Non possiamo esimerci dal sottolineare infatti, come non sia solo la quantità della produzione giornalistica ad essere messa in discussione, bensì anche la qualità del lavoro svolto e il rispetto delle figure professionali. Non poche sono infatti le realtà – secondo quanto emerso dalle interviste brevi riportate nella prima parte della ricerca - in cui il lavoro redazionale viene portato avanti da collaboratori, spesso neppure iscritti all'albo della categoria, in molti casi senza la presenza e la supervisione di giornalisti professionisti o pubblicisti. Un'organizzazione redazionale improvvisata, finalizzata alla diffusione in voce dei lanci di agenzia, senza alcun lavoro di selezione, rielaborazione ed approfondimento delle notizie. Un fenomeno diffuso che impoverisce e quasi svuota di significato il giornalismo radiofonico, creando un danno enorme ai colleghi che in questo ambito hanno costruito la propria specializzazione e professionalità. E un fenomeno che da troppi anni passa sotto silenzio, tra la mancanza di analisi e osservazione del settore e la tendenza delle emittenti a fare poca chiarezza – ad esempio sugli spazi web che dovrebbero garantirne la trasparenza – circa la composizione delle redazioni, le proprietà editoriali, i contenuti trasmessi e così via. Una trasparenza che forse, soprattutto in sede di assegnazione di contributi pubblici, dovrebbe costituire un requisito essenziale e dirimente.

Una trasparenza che potrebbe essere aiutata da mappature reali del fenomeno radiofonico sia in etere che on-line. Le difficoltà affrontate in fase di reperimento delle informazioni sono la fotografia di un settore che è stato lasciato al suo corso senza un monitoraggio costante che possa permettere, oggi, a distanza di quasi quaranta anni di vita delle radio private, di individuare anche degli strumenti di nuova imprenditorialità che possano garantire un salto di qualità e un mantenimento di un patrimonio di informazione e cultura capillare sul territorio.