
1.1 Storia di 50 CANALE

50 Canale nasce nel 1984 per iniziativa di Giuseppe Rossi, imprenditore nel ramo dell'edilizia, e irradia i suoi programmi dal canale Uhf 50 (dove il nome).

Inizialmente denominata R.T.P. Canale 50 (Radio Tele Pisa), l'emittente è l'ideale prosecuzione di Canale 55 - Tv Pisa; e da subito si caratterizza per il suo collegamento con il territorio.

Particolare significato è, da sempre, dato all'informazione, allo sport e alle manifestazioni storiche e popolari.

Per lo sport importante è stata la collaborazione di Aldo Paradossi (già a Tv Pisa Canale 55), attuale conduttore de "La civetta"; gli anni Ottanta sono quelli delle imprese del Pisa Calcio, diretto dal vulcanico presidente Romeo Anconetani, e programmi dedicati alla squadra di calcio (oltre alle partite) contribuiscono al successo dell'emittente con un Tg locale, approfondimenti e dibattiti politici. L'area di copertura di Canale 50 è la Toscana nord-occidentale (province di Pisa, Firenze, Pistoia, Livorno, Lucca, Massa-Carrara). Fra i collaboratori storici va sicuramente ricordato Aldo Orsini, autore di programmi di rilievo quali "La voce degli spogliatoi" e "Gli avvenimenti della domenica", esempi di una programmazione che ha sempre prestato attenzione al mondo del calcio, anche delle serie minori, occupandosi di squadre quali il Livorno, il Pontedera, il Cascina.

Nel 1987 Canale 50 effettua la diretta in occasione dell'alluvione che porta allo straripamento dell'Arno, mentre nel 1988 l'emittente pisana segue l'intera visita di Papa Giovanni Paolo II a Pisa. Negli anni Novanta parte la rubrica "L'impallato", ideato e condotto da Andrea Buscemi, programma d'intrattenimento su storia, arte, teatro e attualità, che ha avuto fra gli

ospiti Giorgio Panariello, Tosca D'Aquino, Natalie Caldonazzo, Oreste Lionello, Vittorio Sgarbi e Paolo Villaggio.

Ad affiancare il fondatore Giuseppe Rossi ci sono ora altri due imprenditori: Walter Pucci e Franco Forti³¹.

Gli ultimi rilevamenti danno 50 Canale prima nella provincia di Pisa e sempre nei primi posti nelle altre province di riferimento. I contatti giornalieri sono stimati in 270.000 nel giorno medio con punte che sfiorano i 350.000 per alcune trasmissioni³².

In passato l'emittente era ricevibile in tutta Europa, in quanto trasmetteva anche via satellite attraverso la flotta Hotbird e sulla piattaforma di Sky sul canale 89.

La sua diffusione attuale è = DVB-T, UHF 51 nella Toscana nord occidentale³³.

31 da <http://www.storiaradiotv.it/CANALE%2050.htm>.

32 da <http://www.50canale.tv/index.php/la-tv-mainmenu-18>.

33 da http://it.wikipedia.org/wiki/50_Canale.

===== 1.2 Intervista a Giuseppe Rossi

Lei è il fondatore di 50 Canale; ci racconta un po' come nacque l'idea e poi come si concretizzò, cioè quando effettivamente l'emittente cominciò la propria attività?

Per quanto mi riguarda, il mio interesse verso l'emittenza privata fu sollecitato da alcuni amici che avevano iniziato un'avventura con un'emittente televisiva che si chiamava "Radio Tele Pisa". Era un'esperienza che non aveva dato grandi frutti dal punto di vista economico; mi chiesero aiuto per una conduzione imprenditoriale della loro attività. Mi resi conto che nelle condizioni in cui si erano posti non era possibile andare oltre perché erano una compagine sociale molto farraginosa e quindi passammo alla costituzione di una nuova società nel 1984 che riprese un'attività esistente. Quindi la mia non è stata una scelta ideologica o una scelta motivata dall'amore per la comunicazione, quanto un'occasione che mi è stata fornita da alcuni amici che avevano già avuto loro per primi l'idea di iniziare un'attività di questo genere.

Io sono arrivato come imprenditore e non come "televisivo".

Lei è un ingegnere che lavorava e lavora nel campo dell'edilizia; e da allora Lei è sempre stato il proprietario?

Diciamo che fu costituita una società che poi successivamente ha avuto l'ingresso di altri due soci. E abbiamo consolidato l'attuale compagine sociale.

E il nome da cosa viene?

Ci chiamiamo così perché la frequenza che era disponibile all'epoca era il canale 50; sul Monte Serra era la frequenza principale e quindi "Canale 50".

Poi siccome dal marchio prima veniva il "50" e poi sotto c'era scritto "Canale",

allora è venuto fuori “50 Canale”. Infatti inizialmente ci chiamavamo “Canale 50”.

E voi sin dall’inizio siete diventati un po’ il punto di riferimento televisivo principale di Pisa, fondamentale?

Inizialmente abbiamo cominciato un’attività parallela a “Canale 55”, che era un’emittente storica pisana che esisteva da più anni di noi; da circa 5-6-7 anni prima aveva iniziato l’attività ed era diventata l’emittente di riferimento cittadino.

Poi noi siamo arrivati, siamo entrati in concorrenza e dopo un po’ di anni, a quel tempo si facevano i circuiti, Canale 55 entrò in un circuito regionale dal quale poi fu assorbita e le frequenze di Canale 55 confluirono nell’attuale Canale 10, quello di Firenze.

Voi con gli anni siete entrati a far parte di qualche network?

Mai, mai, mai! Noi abbiamo sempre conservato una caratteristica di localismo essenziale.

Oltre che essere la tv di Pisa, però con gli anni siete diventati un po’ punto di riferimento almeno per tutta la costa, o giù di lì?

Noi siamo leader a Pisa, però siamo un’emittente che fa la costa da Massa fino a Piombino e nell’interno fino alla zona occidentale di Firenze, Empoli, Montecatini Terme; insomma abbiamo un’audience che si va rarefacendo mano a mano che ci allontaniamo dal mare.

Quindi, diceva, quest’assunzione di responsabilità nacque soprattutto perché Lei vide, dicendolo in modo un po’ brutale, una possibilità di business, un input imprenditoriale?

Diciamo di sì, più che altro ho sempre saputo che era un’attività che non avrebbe

dato grandi frutti se non in una prospettiva lontana, mentre immediatamente sapevamo che era un mercato molto difficile, incerto. Era più una scommessa con se stessi che non una vera e propria attività imprenditoriale, che però poi col tempo si è consolidata fino ad arrivare all'attuale situazione. Insomma, ora questa è un'azienda con determinate caratteristiche che all'inizio non aveva.

C'è stato anche un periodo in cui 50 Canale si poteva vedere anche su Sky, cioè sul satellite, non è vero?

Abbiamo avuto questa esperienza nel periodo che va dal 2002 al 2010, per un motivo essenziale. Noi abbiamo creduto nella crescita dell'emittente e nella sua possibilità di espandere il proprio bacino d'utenza a livello regionale; siccome fino a quando non è arrivato il digitale quest'attività era preclusa dal punto di vista della possibilità di usare le frequenze, che erano tutte assegnate e quindi bisognava acquistarle per poter allargare il bacino d'utenza, con il satellite si bypassava questo problema.

Abbiamo, infatti, abbandonato il satellite nel momento in cui abbiamo potuto usufruire della digitalizzazione della rete regionale.

Difatti ora la nostra è un'emittente visibile su canale digitale in tutta la Toscana, perché ci siamo trasformati in operatori di rete e utilizziamo la rete dei canali messi a disposizione, noleggiati, da Rete 37; per cui attualmente la nostra emittente è visibile in tutta la Toscana e quindi, potendosi vedere col digitale terrestre, abbiamo abbandonato il sistema satellitare che oggettivamente è più costoso. Magari ci dava anche una visibilità più ampia, ma la nostra programmazione non è tale da essere appetibile per un telespettatore non toscano.

Comunque avete un sito molto interattivo, cioè siete molto avanti in termini anche di utilizzo delle tecnologie?

Noi crediamo molto nella multimedialità; riteniamo che non sarà lontano

il momento in cui sarà difficile distinguere un contenuto trasmesso sul web o su altro...

Avete anche la web radio?

No, sulla radio abbiamo avuto una piccola esperienza. Acquistammo un'emittente radiofonica della Lucchesia negli anni 85-86, però poi non avevamo le caratteristiche per fare i radiofonici perché i lavori sembrano uguali, ma le attività sono molto diverse, anche i target a cui ci si riferisce. Per radio non si può fare la programmazione come facciamo noi, l'informazione locale. La radio vuole musica, è tutto un altro ambiente per cui rischiavamo di diventare strabici seguendo due linee.

Comunque, questa nostra convinzione della multimedialità ci spinge a scandagliare anche campi nuovi, nel senso che prima facevamo radio poi ci siamo accorti che la televisione e la radio erano due attività diverse. Con il passare degli anni, visto che si poteva fare una web radio perché non è impossibile su un sito attivare una web radio - anzi è una cosa abbastanza semplice, tecnicamente - abbiamo provato a fare una radio che ripettesse, però... che non fosse una radio musicale ma che fosse una radio che andava nell'informazione locale. Poi abbiamo visto che chi ascolta la radio vuole musica, oppure programmi che noi non siamo in grado di sostenere dal punto di vista proprio della capacità produttiva.

Oggi lo share vostro qual è? La media giornaliera diciamo...

Noi non abbiamo strumenti di rilevazione, per cui ci abbandoniamo alla numerologia dei più, nel senso che non potendo rilevare facciamo riferimento a quelle che sono un passaparola in numero.

Però sono dati che soddisfano, mediamente?

Siamo soddisfatti perché poi un metro ce l'abbiamo, ed è quello della raccolta

pubblicitaria e riteniamo che almeno nelle zone di nostra copertura il fatturato che facciamo noi di raccolta pubblicitaria pura non lo faccia nessuno, perché in Toscana, sotto questo punto di vista, penso che siamo più forti di altri. Poi è chiaro che se parliamo di emittenti regionali, loro hanno un bacino di utenza enormemente maggiore... ma fra le emittenti locali, se andiamo a vedere i fatturati, mentre il nostro fatturato viene tutto dalla vendita pubblicitaria altre emittenti locali hanno altre attività: chi fa impianti radiofonici, chi lavora per le amministrazioni locali. Noi non facciamo vendite al pubblico e abbiamo scarsi ritorni dal rapporto con le amministrazioni locali...

Voi i vostri servizi giornalistici li vendete all'esterno, alla Rai piuttosto che a Mediaset?

No, non facciamo nemmeno questo tipo di rapporto. Ci rende schiavi, ci fa lavorare per terzi; noi non siamo terzisti, vogliamo fare televisione, noi lavoriamo per noi.

E quindi la raccolta pubblicitaria è l'unica forma di introito?

Esattamente! Ecco perché dicevo dal punto di vista di raccolta pubblicitaria nei confronti di altri qui noi abbiamo un fatturato che ci rende un pochino più duttili. Non abbiamo fornitori tali che se si interrompe il servizio Rai qualcuno perde il 30% del fatturato. I nostri clienti sono i commercianti locali.

Questa è un'azienda a tutti gli effetti, quindi a quante persone dà lavoro?

Direttamente abbiamo 17 dipendenti iscritti a libro paga e regolarmente assicurati, compresa la redazione giornalistica; i nostri giornalisti sono tutti - tranne alcuni freelance - direttamente assunti alle nostre dipendenze e questi sono dati pubblici.

Adesso vorremmo tornare a quegli anni, gli anni Ottanta, in cui siete nati. Qual era il clima culturale e sociale di quell'epoca in cui nascevano tante emittenti e nasceva 50 Canale, e inoltre il clima televisivo dell'epoca? Quali sono i Suoi ricordi?

Dare un giudizio sul clima sociale è complesso. Gli anni Ottanta erano un periodo in cui prevaleva l'ottimismo rispetto all'attuale visione che mi sembra che di ottimismo ne proponga assai meno. Era un clima in cui si poteva provare ancora a fare qualcosa e difatti era molto più fecondo di ora anche proprio dal punto di vista dell'inizio delle attività.

Dal punto di vista televisivo anche lì era un mondo da scoprire; erano ancora vive le televisioni preberlusconiane, c'era uno spazio da esplorare, era una cosa che si faceva senza confronti veri e propri. Oggi è molto più complicato perché uno cambia programma e si trova Canale 5, la Rai e poi viene a Canale 50 e la cosa cambia un po'. Si misura con più facilità. A quei tempi se uno vedeva la televisione di Rusconi che poi è divenuta Rete 4, anche se era nazionale, notava le scenografie posticce, un po' bulgare come le nostre, perché non è che fosse poi tutto molto meglio.

Era tutto in fieri, in costruzione, c'era discontinuità, non c'era un assetto strutturato nemmeno nelle grandi televisioni per cui si vedeva di tutto dappertutto, e quindi era più facile misurarsi e confrontarsi.

Ma poi la sensazione è che nulla fosse studiato sui libri.

Bravi! Avete detto proprio bene! Come dicevo, ora è tutto più strutturato e quindi la differenza, se io confronto Canale 50 e Canale 5, si vede molto di più; nonostante che noi siamo meglio di prima, la differenza si vede molto di più rispetto a prima perché oggi le emittenti nazionali sono tutte a un livello alto. Mentre prima c'erano emittenti di caratura nazionale che facevano le televendite, c'era gente come Vanna Marchi dappertutto, quindi era un ambiente nel quale uno da Rete 4 a Canale 50 poteva trovare quasi la stessa

cosa. È chiaro che oggi le condizioni sono cambiate notevolissimamente a nostro svantaggio, senza considerare i fatturati che anche da quel punto di vista erano molto più simili prima rispetto ad ora.

Se poi andiamo a guardare, le tv nazionali sono relativamente poche; l'impresa di costruire – a parte Berlusconi e lasciando stare Sky che è un'altra cosa ed è recente - dei network o comunque un sistema magari integrato (come provò a fare anche Cecchi Gori mettendo insieme Tmc, Videomusic e Canale 10, sostanzialmente fallendo) l'hanno provata in pochi. Il grande tessuto che dà vivacità anche culturale al panorama mediale è fatto proprio dalle tv locali.

In effetti sì, però a quei tempi le nazionali erano grandi tv locali, ora sono tv nazionali; mentre prima si differenziavano solo per la diffusione, ma la qualità dei programmi era diciamo artigianale, adesso siamo a un livello di fatturato mille volte maggiore.

È famosa la storia dei primi passi delle televisioni di Berlusconi; loro registravano i programmi il giovedì sera, le mettevano sulle cassette e le facevano recapitare in tutta Italia perché andassero in onda contemporaneamente, ad esempio la domenica sera, grazie a Galliani che aveva comprato tutte le frequenze...

C'era del genio ma era del genio artigianale, appunto.

È quello che le sto dicendo io, eravamo tutti artigiani.

Loro facevano diffusione nazionale ma eravamo tutti parenti. Ora la situazione è completamente diversa. E poi anche i fatturati a quei tempi erano commisurabili mentre adesso siamo su un piano completamente diverso, quindi anche la qualità è completamente diversa.

Mano a mano che rifletto, ricordo anche altro. Una delle questioni fondamentali è la qualità dei film; ora è sparita questa differenza, è vero,

anche perché il cinema in tv non c'è più, è ridotto alle fiction, ma prima c'erano i grandi film. La differenza si vedeva proprio da quello. Canale 5 riusciva a dare dei film dell'anno precedente (magari quelli del famoso stock) e noi mandavamo in onda film del '34! E lì è stata la prima differenziazione vera che si è avuta, poi dopo è venuto lo sport...

Una Sua collega di un'altra tv ci ha fatto vedere un'agenda delle prime trasmissioni, negli stessi anni in cui nascevate voi, in cui c'era scritto ad esempio "27 maggio: film", "28 maggio: film", ma erano film abbastanza scadenti.

Ecco, i programmi che all'inizio, parliamo della fascia '84-'90 perché poi comincia un'epoca nuova, maggiormente caratterizzavano la vostra programmazione, quali erano?

Lei accennava allo sport e se non sbaglio quelli erano gli anni del Pisa spesso in Serie A.

È stata l'epoca di Romeo, infatti noi siamo orfani di Romeo, come dico spesso io.

Parliamo allora di questo rapporto con quel personaggio straordinario che era Romeo Anconetani, l'indimenticabile presidente del Pisa Calcio; ma ci dica anche cosa rappresentavate per il Pisa Calcio e cosa rappresentava il Pisa in Serie A per voi?

Secondo la mia opinione, ma penso che sia un'opinione diffusa per chi pensa al "Canale 50" dell'epoca, questo si è identificato per tantissimo tempo come la televisione di Romeo, senza fronzoli.

Noi eravamo e forse restiamo la televisione di Romeo, anche se Romeo non c'è più, perché la presenza di questo personaggio ci ha segnato nel bene e nel male in tutto questo tempo. Canale 55 commise l'errore di non capire che Romeo era un personaggio fuori dagli schemi ed extra large per la città di Pisa, che andava anche oltre la città di Pisa, e difatti la sua debordanza a tutti i livelli, anche la sua prepotenza, fecero sì che Canale 55 alla prima occasione se ne

liberasse... Romeo andava a Canale 55 perché quando è venuto a Pisa c'era solo quello, non era nato Canale 50... Romeo è venuto a Pisa a fine anni Settanta, prima che noi nascessimo, e lui faceva il lunedì la trasmissione su Canale 55 che si chiamava "Il neroazzurro".

Da voi quando cominciò?

Nel 1984, poco dopo che eravamo nati. Noi seguivamo il Pisa indipendentemente dal fatto che Romeo avesse questa trasmissione su "Canale 55"; quando è successo che ha avuto divergenze di vedute con la proprietà di Canale 55, ci venne l'idea di dire: "Vabbè, facciamo la trasmissione solo per lui" e la chiamammo "Parliamo con Romeo".

"Parliamo con Romeo" non era una trasmissione di solo calcio, anzi era una trasmissione a 360 gradi perché il personaggio era quello che era, dava stoccate ai politici, ai giornalisti, era una guerra continua con tutti. Ecco perché dico che noi siamo orfani di Romeo, perché era la televisione di Romeo in pratica. In Toscana ci collegavamo con Canale 5, facevano trasmissioni sportive su altre emittenti, eravamo in collegamento, venivano con i camion già dei satellitari per fare interviste a Romeo durante la nostra trasmissione, si prolungavano per avere il collegamento con le trasmissioni nazionali, per cui noi eravamo l'emittente di Romeo; se Romeo diceva: "Mercoledì sera sono su Italia 7" noi s'interrompevano i programmi e si faceva "Parliamo con Romeo".

Quindi non c'erano palinsesti, praticamente?

No, il palinsesto c'era, ma come dicevo senza infingimento e senza finto orgoglio eravamo la televisione di Romeo. Noi partivamo alle 8 e mezzo e fino alle 10 e mezzol'11, poi se era una giornataccia fino a che se ne aveva voglia... perché chiamava il pubblico, perché era un po' la televisione di Romeo.

Quindi c'era la partecipazione degli spettatori?

Sì, a volte le accettava in diretta quando era in buona, quando poi non le voleva si facevano i bigliettini, altre volte nulla. C'era un giornalista in studio che era Massimo Marini, che poi è andato su Granducato e ha fatto anche l'assessore a Cascina.

Ecco, erano anni in cui c'era Romeo ma con il Pisa in Serie A, Bergreen, Kieft... quindi anche voi facevate dei programmi di approfondimento dopo partita.

Sempre, sempre! Abbiamo sempre fatto "La voce dagli spogliatoi" che c'è ancora, con Aldo Orsini, ecco perché dico che siamo orfani di Romeo perché lo strascico... un'emittente locale come fa a prescindere dal calcio locale, mi sono spiegato? Ora Lei parla di anni ruggenti, ma noi siamo andati anche a Forcoli, abbiamo continuato a fare le stesse cose anche quando avevano un tono minore e probabilmente non ne valeva la pena. Questo dimostra l'"orfananza", perché siamo rimasti con la stessa trasmissione con o senza Romeo. Ai tempi di Romeo era un must.

Il Pisa retrocede in C1 nel '94, Anconetani muore nel '99; al Pisa ci sono voluti decenni per riprendersi, poi c'è stata quella cosa un po' effimera della Serie B alcuni anni fa...

I tifosi del Pisa come vi vedevano? Il fatto di essere la voce di Romeo, per certi aspetti, faceva anche voi dipendere dagli altalenanti umori che la tifoseria aveva nei suoi confronti? Domandiamo questo perché Romeo è stato amato però anche odiato.

Quindi, in quel caso, per la proprietà transitiva, odiavano anche voi?

Sempre, sempre! Noi siamo sempre stati la televisione di Romeo, nel bene e nel male, a seconda di come andava Romeo; c'è un po' di vergogna ma è una constatazione che col senno di poi... se si legge il passato non si può

prescindere da quello che è stato, era così.

Ci racconta un po' di aneddoti indimenticabili su Romeo che lei ha magari vissuto direttamente o che i giornalisti che erano lì mentre si svolgeva la trasmissione Le hanno raccontato?

Io l'ho vissuta perché anch'io, quando c'era Romeo, ero obbligato ad andare in regia sempre, perché la proprietà doveva sempre essere lì in quanto la tensione era sempre a duemila; succedeva sempre di tutto! Quando andavano e vincevano era facile ma quando si perdeva era dura. All'inizio il martedì sera quando si era perso era un macello.

Ce li racconta uno o due aneddoti dove o si è divertito di più o ha “pianto” di più come proprietario dell'emittente?

Senza andare ora in episodi eclatanti però la tensione... Perde il Pisa 4-0 in casa oppure si retrocede... la trasmissione è da de profundis, e allora viene Romeo e comincia ad attaccare il sindaco sulle fognature in modo che non si parli di calcio! “Le fognature a Pisa puzzano, la città è sporca io vado via!” Tanto per dire un episodio, tutti si aspettava che si parlasse dell'acquisto di un calciatore e lui non parlava di calcio ma del sindaco e attaccava sulle fognature di una città sporca e sugli amministratori, quasi anticipando l'anti-politica. Era uno straordinario comunicatore, era un personaggio troppo bello, e per Pisa ha fatto il buono e il cattivo tempo perché ha tenuto la città in scacco.

Aveva un grande seguito popolare anche se è stato amato e odiato; per esempio, mi ricordo che una sera tremenda fu quando c'erano state le elezioni, il lunedì si era votato, suo figlio non era stato eletto consigliere comunale e lui attribuiva a noi di 50 Canale la responsabilità... è stato uno dei momenti più traumatici (ride), riteneva che noi non avessimo fatto quanto era in nostro potere.

Oltre a Romeo cosa c'era in quegli anni? C'era già un ruolo importante dell'informazione?

Diciamo che l'informazione vera e propria noi abbiamo cominciato a farla, il telegiornale intendo, nel post-Romeo.

Fino a quando c'è stato Romeo noi parlavamo del Pisa; facevamo sempre il telegiornale, ma non era un'informazione "informata" e autonoma. Noi andavamo lì vicino, in largo Ciro Menotti, alla redazione de "La Nazione". Veniva Aldo Paradossi, che è sempre con noi... Erano due fratelli; il telegiornale con loro lo faceva quello che è ancora con noi, Aldo, che andava a "Il Tirreno"; passava da lì perché faceva le lezioni all'autoscuola: anche se di lavoro faceva il professore di Applicazioni Tecniche alle medie, il pomeriggio faceva il professore in un'autoscuola, poi passava da "Tirreno" e "Nazione". Prendeva le notizie da lì verso le sei del pomeriggio e faceva un telegiornale con foto d'archivio; difficilmente portava qualche foto... Erano informazioni derivate, non avevamo una vera e propria redazione; dal '95 in poi, dal post-Romeo, abbiamo sentito l'esigenza di cambiare. Finché c'era Romeo non avevamo bisogno di niente perché tanto l'emittente aveva tutte le pubblicità che andavano sulle trasmissioni sportive del Pisa di Romeo. Cioè noi vendevamo la pubblicità non perché c'era il film o il telegiornale ma proprio perché c'era la trasmissione di Romeo e il Pisa in generale. Però facevamo anche altri programmi di sport, seguivamo il Livorno, il Pontedera: cioè sullo sport c'erano persone che lavoravano direttamente, Massimo Marini ecc... Avevamo acquisito i diritti del Livorno che in quei tempi faceva la C1, il Pontedera che aveva battuto la Nazionale, faceva la C1... era un momento di particolare gloria per il Pontedera... la Lucchese... quindi avevamo sullo sport il nostro core business, perché vendevamo tutta la pubblicità sullo sport. I nostri espositori erano tali sulle trasmissioni sportive; per il resto facevamo un telegiornale, poi qualche filmetto e avevamo un filone di intrattenimento che era il pomeriggio. Noi avevamo una trasmissione pomeridiana sulla

quale avevamo un'audience con quei giochini tipici dell'emittenza di quegli anni; c'era Romeo la sera e il pomeriggio c'era una trasmissione che si chiamava "Buon pomeriggio" che ha avuto diversi conduttori; c'erano giochi, le cartomanti, l'oroscopo, le previsioni del tempo, un po' di talk show con ospiti anche di un certo livello culturale (a quei tempi venivano i medici, i professori di letteratura)... era un contenitore in cui ci stava tutto, non solo cose leggere, dall'ago al milione, dal mago al medico, il professore, i maestri elementari, quello che faceva la ginnastica, c'era la musica... intrattenimento modello "Domenica In", diciamo... solo che non andava la domenica, perché la domenica seguivamo come adesso gli stadi, e i risultati, in diretta.

Ecco l'informazione nasce nel '95, poi si è strutturata fino a un livello sostenuto...

Morto Romeo dovevamo trovare un veicolo che avesse la stessa portanza e l'abbiamo individuato nell'informazione locale. Quindi ci siamo trasformati, mantenendo sempre le trasmissioni sportive perché è rimasto "Il Neroazzurro" che ha preso il posto di "Parliamo con Romeo" e la domenica è rimasta la "Voce dagli spogliatoi". Al giovedì sera facciamo la trasmissione per il Livorno, quindi è rimasto anche quel pilastro che prima facevamo da Tirrenia e adesso dalla sede e poi tutto il resto è prodotto dalla redazione giornalistica.

C'era un programma di approfondimento politico, che se non andiamo errati andava in onda il venerdì sera, condotto da Anna Romei.

Anna Romei è stata catapultata nel post-Romeo perché faceva "Buon pomeriggio". Per un certo periodo di tempo ha condotto la trasmissione del pomeriggio, poi è stata spostata in una fascia serale di attualità politica che non è rimasta più propriamente politica, perché è stata sostituita da due trasmissioni che fa ora Andrea Buscemi.

Una è "Luci sulla città", un misto fra intrattenimento e politica, e l'altra che

è "L'impallato", che è un talk show.

Andrea Buscemi è un attore famoso. Lo avete scoperto voi come conduttore?

Sì, decisamente sì. Come conduttore nasce con noi. Nel dopo Romeo ci siamo interrogati su come potevamo riempire questo vuoto che era un vuoto enorme, non tanto dal punto di vista degli spazi televisivi quanto proprio dall'impatto che aveva sul pubblico, sull'audience e quindi abbiamo cercato di far gravitare intorno a noi quei pochi personaggi di un certo livello che esistono in provincia. Per cui Buscemi lo interpellammo perché nacque l'idea di fare una trasmissione a cavallo tra l'intrattenimento e lo sport. Doveva sostituire Romeo; un personaggio della cultura che attirava nell'ambito dello sport una serie di problematiche perché non si teneva una trasmissione senza Anconetani. Poi ha preso tutta un'altra piega, ha fatto quella trasmissione, mentre noi abbiamo continuato a fare le cose che facevamo sul Pisa perché l'idea editoriale non è andata avanti come doveva andare avanti.

Aldilà di Romeo Anconetani, che abbiamo capito occupa un posto assolutamente centrale, ci sono altri momenti forti in senso positivo o negativo di questa Sua esperienza ormai quasi trentennale, dei momenti che ricorda con particolare piacere o con particolare tristezza dal punto di vista sempre televisivo? Ci riferiamo ai programmi ma anche a dei momenti di svolta nella storia di 50 Canale.

Abbiamo avuto l'alluvione, momenti che hanno segnato l'esperienza televisiva! Mi ricordo quando facemmo la trasmissione dell'alluvione a Pisa: con gli scarsissimi mezzi che avevamo, riuscire a fare una diretta dall'Arno con la quale davamo notizia a tutto il circondario di come andavano le cose fu un'esperienza assai significativa. Questo costituì un forte accreditamento dell'emittente nell'audience perché la considerazione che ci siamo guadagnati

allora nei primi tempi non c'era... se io mi devo confrontare con la credibilità che avevano "Il Tirreno" o "La Nazione" e la credibilità che aveva la televisione, mentre dieci anni fa - trenta anni fa non se ne parla nemmeno - questi erano dei pilastri, delle Bibbie nei confronti dell'emittenza locale, ora è quasi il contrario. Oggi il primo punto di riferimento per l'informazione locale siamo noi; quindi a quei tempi il fatto di poter dare delle informazioni in diretta ci accreditò davanti all'opinione pubblica in maniera importante, cioè si resero conto per la prima volta che non eravamo solo dei giullari che si occupavano di Romeo ma che eravamo uno strumento vero di informazione. Fu un momento di crescita, soprattutto nella considerazione di chi ci ascoltava, perché a quei tempi l'emittenza locale, tutta, non puntava sull'informazione e anche i privati nazionali in pratica non ce l'avevano.

Il Tg5 nasce infatti con la diretta nel 1992, dopo l'approvazione della legge Mammi.

Esattamente! A quei tempi non era prevista una funzione sociale dell'informazione, che era delegata completamente ai giornali.

Oggi sembra scontato che tutti i Tg siano in diretta ma in quegli anni non era così!

È vero! Il concetto di diretta era quasi sconosciuto. Difatti era tutto "cassettato", però questi fatti sono spartiacque. Ci siamo resi conto noi per primi, ma anche la gente a casa se ne è resa conto, che era più importante la televisione dei giornali. Il giornale la notizia l'avrebbe avuta dopo, ma noi eravamo lì e gli facevamo vedere la cosa, magari a venti centimetri.

Altro aspetto: per esempio in città il "Giugno pisano", il "Gioco del ponte", noi abbiamo cominciato a trasmetterli in diretta già dagli anni 86-87, e anche le regate delle antiche Repubbliche Marinare, quando sono a Pisa; dopo le ha mandate in onda la Rai e non le trasmettiamo più noi.

Col tempo vi siete un po' affrancati - parlo d'informazione ma non solo - dall'idea, che comunque rimane centrale, di una tv pisana? Vediamo che quando ci sono gli eventi in zone meno centrali, come il Comprensorio del Cuoio pisano, li coprite abbastanza bene. Quindi, riuscite a essere presenti in realtà che non siano solo Pisa o Livorno o Lucca, cioè capoluoghi di provincia che quindi hanno naturalmente una maggiore attrattiva?

In altre parole, l'idea di una maggiore diffusione in provincia di Pisa c'è? È percepita?

Noi stiamo facendo dei tentativi che però non hanno tutti buon fine. Abbiamo quest'ambizione, però devo riconoscere che le ambizioni vanno seguite poi con le gambe degli uomini e non sempre i nostri mezzi ce lo consentono; facciamo degli sforzi... ad esempio, nel Comprensorio del Cuoio proviamo a fare una sede, però poi la questione diventa difficile perché noi l'ambizione di fare un'emittente toscana ce l'abbiamo. Il fatto stesso che stiamo spendendo dei soldi per farci vedere prima in tutta Italia e poi in tutta la Toscana con il digitale terrestre significa che non amiamo questo ruolo di "rinchiuso pisano" - anche se "pisanocentrici" forse lo saremo sempre - un modo di vedere il mondo autoreferenziale, però i mezzi che abbiamo non ci consentono di crescere come vorremmo.

Abbiamo in questo momento ambizioni superiori ai mezzi.

Il rapporto con le istituzioni - ritornando a Pisa - cioè amministrazioni locali ma in senso lato anche categorie economiche, partiti politici, ad esempio: questi vari soggetti vi hanno, nella loro diversità, percepito come una voce autorevole della città sin da subito oppure si sono resi conto con il tempo che potevate essere un buon megafono? Avete avuto degli screzi? Qual è stato insomma il rapporto con i soggetti che giocano le partite più importanti di Pisa?

Diciamo che in un primo momento il nostro rapporto con le istituzioni

è stato segnato dal fatto di essere la televisione di Anconetani, e dal fatto che non avevamo un nostro telegiornale. Fino a quando non abbiamo fatto informazione diretta e autoprodotta, l'essere la televisione di Romeo faceva sì che chi aveva rapporti conflittuali con lui, o lo temeva, li avesse anche con noi. Poi le cose sono cambiate, negli ultimi tempi; e anche per l'accreditamento oggettivo che l'emittente ha avuto facendo informazione, oggi la nostra audience in città cresce, i due quotidiani hanno avuto un calo di vendite micidiali e alla domanda "Dove hai appreso questa notizia?" la maggior parte dei pisani risponderebbe: "Su Canale 50" e non più su "La Nazione" o "Il Tirreno", che al massimo si legge al bar.

E quindi adesso siamo il punto di riferimento principale, perché la televisione è cambiata ed è percepita in termini diversi, se le faccio la storia adesso siamo passati dal blu al rosso.

E se noi non andiamo tutti i giorni a intervistare il sindaco o un'altra autorità, per noi è un litigio, "lesa maestà".

Chi guardava e chi guarda oggi "50 Canale"?

Abbiamo un pubblico medio basso e medio vecchio; penso che i giovani e le persone di alto livello culturale ci guardino poco. Siamo nel "ventre molle" della società pisana. Gli strati sociali più elevati hanno un po' di spocchia e anche altri interessi. Forse è un nostro difetto, ma d'altronde l'informazione è trascinata dalla società, qualunque caratteristica abbia quest'ultima. Noi non abbiamo compiti didattici o di guida, bensì di rappresentazione dell'esistente.

Quali bisogni del vostro pubblico ritenete di aver soddisfatto?

La modernizzazione dell'informazione... noi non facciamo altro che fare quello che fa "Il Tirreno" su carta portando in casa l'informazione gratis. Siamo stati l'evoluzione moderna della carta stampata.

E alcune idee moderne, come lo spazio mattutino dedicato alla rassegna

stampa dei quotidiani, con ospiti in studio ma anche servizi filmati, oppure l'essere stati i primi a fare il rullo la notte e varie altre modernità, le devo a mio figlio Nicola che fa l'amministratore delegato e quindi essendo più giovane ha anche sensibilità più contemporanee; mentre io faccio il presidente, ma è lui che ha in mano la gestione.

Rossi, in tanti anni Lei ha percepito nelle altre televisioni locali un modo di fare tv toscano diciamo, sia in positivo che in negativo?

Diciamo che la specificità toscana vale per tutto. Noi siamo la regione dei campanili, la regione delle divisioni, dell'incapacità di mettersi insieme, e allo stesso tempo della capacità di sopravvivere a prescindere; è questa la specificità non della televisione toscana, ma della Toscana tout court.

Ecco, ma Lei avrà conosciuto in questi trent'anni gli omologhi delle altre regioni. Si è interessato a fare dei confronti e a vedere cosa facevano altrove? *Sì, allora guardare si guarda. Però la differenza tra la Toscana e gli altri è che in alcune regioni si sono consolidate strutture di una certa importanza, cosa che non è avvenuta in Toscana. Ma questo per nanismo, perché è impossibile fare sistema e quindi siamo tutti nani. In Toscana c'è questo difetto del nanismo industriale che è un nanismo televisivo... D'altronde Pisa e Firenze non si mettono d'accordo nemmeno sugli aeroporti. Potremmo dire non "piccolo è bello", ma "il toscano lo vuole piccolo".*

L'ultima è una domanda più personale per certi aspetti ed è questa: che cosa è rimasto di quegli anni da cui siamo partiti, che noi definiamo pionieristici, gli anni in cui tutto doveva essere inventato e imparato sul campo, nessuno ti faceva da maestro, si aprivano delle opportunità ma c'erano anche grandi rischi di fallimento?

È rimasto qualcosa in termini di entusiasmo e voglia di provare a essere

moderni, oppure oramai viviamo in epoche talmente diverse per cui da un lato la struttura è consolidata, però forse dall'altro lato si è spento un po' quell'entusiasmo che era quello di disegnare un'epoca?

La considerazione più personale è di tipo anagrafico. Dal punto di vista personale c'è la gioventù e la vecchiaia, perché la differenza rispetto a trenta anni fa è che da giovane vedevo un mondo che, è chiaro, da vecchio non vedo.

Ma questa considerazione me la tengo per me.

Dal punto di vista ambientale, invece, noi ci siamo ritrovati da un momento in cui non c'era una regola, quella della televisione, per cui non si "doveva" fare ma si "poteva" fare cosa si voleva, si poteva fare tutto, fino a giungere ad un momento in cui la legge ha imposto una cappa di piombo, una legge poi gestita da un monopolista perché in pratica è stata fatta prima per il monopolio della Rai, poi per il monopolio di Berlusconi, poi per il duopolio di entrambi e poi, per la considerazione di voler combattere questo duopolio, è stata messa una cappa di piombo talmente potente sulla televisione e sull'informazione che ti viene la voglia di smettere.

Basti pensare alla vicenda del digitale terrestre. Il digitale nasce sia come tecnologia, e questo era un fatto estremamente positivo, ma anche dal fatto di poter liberare risorse che, con la limitazione dell'analogico e con la monopolizzazione delle frequenze, non avevano sbocco. Il digitale doveva dare questo sbocco, doveva dare sfogo alle risorse che si affacciavano al mondo dell'informazione; e invece ci siamo arrivati in un modo che costituisce un'ulteriore cappa di piombo messa su chi c'è, e noi siamo obbligati a fare investimenti su un mercato che rimane monopolizzato per cui a un certo punto non conviene più nemmeno.

Quando parla di duopolio si riferisce anche alla raccolta pubblicitaria?

Esattamente, Sipra e Publitalia hanno il 98 per cento delle risorse pubblicitarie gestibili e questo è avvenuto perché si è creato un duopolio e oggi si affronta

il passaggio al digitale con un onere che va tutto a carico di chi c'è e di chi ci vuole essere e lo sbocco pubblicitario ci sarà se si liberano risorse da una disgregazione del duopolio, che ha sempre da venire perché le risorse sono sempre tutte lì.

Ma il fatto che la Toscana sia tra le ultime regioni ad accedere al digitale terrestre come si spiega?

Si spiega nella difficoltà che c'è nella gestione delle frequenze. Si torna al nanismo; laddove c'è stato un processo di aggregazione e di riduzione dei soggetti che operavano, praticamente è stato più semplice disciplinare l'attribuzione delle frequenze. E poi ci sono regioni in cui, per coprire una zona da 10 milioni di abitanti, come la Lombardia, ci sono 10 ripetitori, mentre in Toscana, per coprirne 3 milioni, ci sono 450 punti d'illuminazione. Per cui è molto complicato disciplinarlo; poi, con un numero di operatori che è maggiore di altre regioni, le difficoltà aumentano. Ora hanno tolto addirittura 10 frequenze per darle ai gestori telefonici, per cui siamo tutti nel dolore.

Probabilmente su 37 emittenti solo 17 riusciranno a ottenere il titolo di operatore di rete e le altre verranno relegate al ruolo di fornitrici di contenuti, perché non ci sono frequenze per tutti.

Il futuro delle tv private, da un lato col digitale dall'altro col satellite, come lo vede? Esaltato, depresso... c'è un ritorno al localismo, no?

Sì! Ora poi il panorama è complesso perché siamo in crisi e ogni volta che siamo in crisi ognuno tende a rinchiudersi nel proprio privilegio, che è anche quello di vivere in un luogo che è riservato a quei pochi; per cui questa è una lettura sociologica della società che non siamo in grado di fare noi dalla sola televisione. D'altra parte è un problema per tutti; io mi limitavo a parlare del perché abbiamo una legislazione che viene di fatto a comprimere le risorse per un settore asfittico come il nostro, per cui 37 emittenti, diventano 17...

si prevede... perché poi siamo alla retorica ma chiarezza zero... noi stiamo bene, mi ricordo il paragone fatto da 30 anni fa a oggi... in Italia si sta bene quando il governo non c'è; quando arriva il governo e legifera, legifera sempre a posteriori e fa confusione.

Qualcuno diceva che bisognava legiferare perché qui c'era il far west! Era un'esigenza da una parte positiva, fare ordine era necessario, ma bisognava interpretare correttamente la realtà, avere un progetto "industriale" dell'emittenza e determinare regole uguali per tutti che consentissero l'accesso ordinato all'uso delle risorse e non il perpetrarsi di squilibri che produrranno solo guasti alla società, all'economia e alla libertà di informazione. Ma è quasi ridicolo sperare una cosa simile nel nostro paese.

1.3 Oltre Romeo

Le analisi sollecitate dall'intervista con Giuseppe Rossi, confrontata con la storia dell'emittente che fondò nel lontano 1984, sono molteplici e interessano una serie di questioni, centrali ai fini di questo studio, che si riproporranno anche in molti dei capitoli successivi.

La prima ha a che fare con la definizione che il proprietario di 50 Canale dà, e in più riprese, della sua creatura: la tv di Romeo.

Non occorre essere appassionati di calcio per conoscere il ruolo che il padre-padrone del Pisa, uno dei pochissimi dirigenti a riuscire a vivere nel mondo del pallone grazie ai soli introiti derivanti da esso, ebbe per il football italiano e per la città ghibellina.

Mattatore, polemico, superstizioso, capace di occuparsi delle grandi strategie come delle piccole spese al dettaglio, e così abile da portare più volte in Serie A una squadra che prima di lui aveva conosciuto al massimo la Serie B e dopo di lui ha conosciuto addirittura, salvo pochi sporadici momenti di ripresa, l'onta del calcio dilettantistico, Romeo Anconetani (ma il cognome sotto la Torre Pendente è superfluo) era un personaggio perfetto per la comunicazione di un'emittente alle prime armi.

Intanto perché erano anni in cui il calcio non era trasmesso in esclusiva dai grandi network nazionali, fra digitale e satellite, e non veniva dato nemmeno in diretta; erano anni in cui per il mondo del pallone le entrate principali erano ancora rappresentati dagli incassi delle partite e l'equilibrio fra grandi e piccoli club era maggiore di oggi; erano anni in cui, con fiuto per il mercato e attenzione al rapporto fra entrate e uscite, piazze di provincia, come Ascoli, Avellino, Pisa potevano competere, e

con dignità, nel massimo torneo nazionale.

Inoltre, le trasmissioni di approfondimento, come “La voce degli spogliatoi”, che sopravvive ancora oggi, e la differita della partita della propria squadra rappresentavano davvero gli unici momenti d’informazione aggiuntivi, per i tifosi nerazzurri, rispetto alla copertura domenicale fornita dalla Rai, che tendeva a privilegiare, in termini di attenzione, le squadre più popolari.

In questo contesto, Rossi e i suoi collaboratori hanno l’intuizione geniale di mettere un uomo brillante, capace di parlare, e di fare spesso notizia con le sue polemiche contro arbitri e avversari nel nome della tutela del Pisa, di fatto solo davanti a una telecamera e in diretta comunicazione col pubblico.

Il successo è clamoroso, a tal punto che quasi da solo Romeo scrive il palinsesto e connota l’identità della rete³⁴.

L’obbligo dell’informazione, prescritto dalla legge Mammì, e la morte di Anconetani, spingono 50 Canale a cambiare volto e a specializzarsi nell’informazione, oggi molto curata sia per la competenza e la capacità di bucare il video dei redattori sia per l’attenzione al montaggio dei servizi; e, ad esempio, il “Breakfast News” è, aldilà degli orari antelucani in cui va in onda, una platea ambita da politici e amministratori locali, che commentano i servizi filmati e la rassegna stampa assieme al conduttore di turno.

Ma questo è un processo che inizia molti anni addietro, quando si dispiega in tutta la sue evidenza – tanto nella trasmissione di calamità naturali, come l’alluvione o di eventi come la visita di Giovanni Paolo II, quanto nella copertura delle manifestazioni del Giugno Pisano, per non

34 Su youtube si può vedere l’intera serie di “Mi ritorni in mente” dedicata a Romeo Anonetani; sono le clip storiche del Pisa di Michele Bufalino in onda nella “Finestra del Neroazzurro”, tutti i martedì su 50 Canale (la prima è visibile su <http://www.youtube.com/watch?v=UJMF-b5KWxk>).

parlare dell'attenzione che via via viene rivolta al resto della provincia di Pisa e al contiguo territorio livornese – la funzione di tv locale, quella che può essere immediatamente sul luogo in cui c'è la notizia e che allo stesso tempo la può creare, e che per questa ragione viene ad essere di fatto percepita come una televisione di servizio “pubblico” (e le parole sulle alluvioni, evento peraltro non infrequente nel pisano, fanno comprendere come la tempestività e la precisione delle informazioni, anche e soprattutto di quelle fornite nelle dirette notturne, davvero abbiano contribuito a salvare delle vite umane o comunque a migliorare la qualità dei soccorsi).

Il racconto di Rossi su come cambia la considerazione degli amministratori per 50 Canale, prima snobbato a favore della carta stampata e oggi quasi unico, o comunque preferenziale, terminale di comunicazione degli uomini che contano in città, fino al punto da sfiorare l'incidente diplomatico in caso di buco di una conferenza stampa di un sindaco o un assessore, è esemplare e rappresenta solo la versione pisana di un cambiamento visibile, nel corso degli anni, a tutte le latitudini.

E non pare dunque aver torto, il patron dell'emittente, a identificare nella “modernizzazione dell'informazione” uno dei tratti distintivi del suo successo.

Ma l'attenzione al territorio si sviluppa anche su temi diversi da quelli d'elezione, rappresentati dallo sport e dall'informazione, e oggi viene esplicitato da trasmissioni come “Professione sicurezza”, che intercettano uno dei temi di maggiore inquietudine sociale negli ultimi anni.

Per non parlare del successo consolidatosi negli anni de “La civetta”, in cui una bandiera della tv come Aldo Paradossi riesce a far convivere esigenze informative con la manifestazione di stati d'animo d'indignazione nei confronti delle cose che non vanno e, quando è necessario, nell'esposizione di autentici drammi personali o familiari,

legati a problemi di salute piuttosto che alla mancanza di lavoro.

E, se ci pensiamo bene, riflettendo anche sul ruolo di *talent scout* che molte tv private hanno avuto, rientra in questo meccanismo anche la collocazione di un attore teatrale noto a livello nazionale, come Andrea Buscemi, nel ruolo di conduttore di ben due programmi. Un approccio che dimostra la volontà di sfruttare tutte le potenzialità dei *genius loci*, aspetto visibile anche in passato con alcuni programmi di approfondimento scientifico; ma anche di lanciare futuri protagonisti della tv nazionale, come è accaduto ad esempio con Paolo Brosio.

E parlare del locale ci porta a discutere della dimensione di 50 Canale, e a dibattere di una delle questioni strutturali del dibattito intorno al modello toscano di televisione.

Giuseppe Rossi - pur da sempre molto attento ai conti e alle potenzialità, ma anche ai limiti, della sua tv - non gira intorno alla questione rispetto alla domanda di carattere “culturale” sulle dimensioni ideali di un’azienda editoriale territoriale e arriva a rivendicare di aver sempre conservato una caratteristica di localismo essenziale, nonostante poi lamenti un’attitudine toscana al nanismo.

50 Canale è stata e rimarrà una televisione pisana, in grado di essere credibile se e nella misura in cui si occupa del territorio che conosce bene; non è un caso che con molta onestà si ammetta che non tutti i tentativi di allargamento, come quelli esperiti per avere una sede nel Comprensorio del Cuoio, siano andati a buon fine, a dimostrazione del fatto che se si hanno mezzi finanziari, tecnologici e di *know how* radicati in un posto, ed è grazie a questo che ci si è conquistati con fatica un’ampia credibilità, non è detto che allargando il proprio bacino d’azione, che è cosa diversa dal bacino d’utenza, si possano ripetere gli stessi risultati.

Anche perché – sembra essere l’opinione prevalente dalle parti di



Aldo Paradossi, volto storico di 50 Canale, durante una puntata de "La civetta", trasmissione di denuncia sui disservizi del territorio.



La giornalista Simona Giuntini durante "50 news"; l'informazione è uno dei punti di forza dell'emittente.



Niki Giustini e Guido Genovesi, conduttori della trasmissione comico-satirica "Panni sporchi".

Montacchiello, il polo artigianale in cui ha sede oggi 50 Canale – il pisano è interessato a conoscere prevalentemente i fatti della propria città o al massimo della provincia, ma non quello che accade in Toscana, considerata una realtà troppo poco evocativa (al contrario della dimensione nazionale e internazionale delle notizie) e al contempo troppo lontana dagli ambiti quotidiani per poter suscitare un interesse maggiore di quello scaturito dai notiziari quotidiani della sede regionale della Rai.

A meno che non torni sulla scena un altro Romeo, l'unico che riusciva ad andare oltre i confini del Pisa (come quando parlava delle fognature che non funzionavano), di Pisa e della Toscana.

Ma di sicuro 50 Canale è riuscita ad andare oltre Romeo.



La sede di 50 Canale, da alcuni anni trasferitasi nel polo artigianale di Montacchiello .