

Editoriale

Gianfranco Barbieri
Direttore di
"Elettronica e Telecomunicazioni"

Per molti anni la Radiofonia è stata considerata la "sorella minore" della Televisione, la cui vertiginosa evoluzione tecnologica degli ultimi decenni ha avuto spesso l'effetto di mettere in ombra lo sviluppo, non sempre meno importante, di altri servizi. La stessa componente sonora del segnale televisivo ha subito uguale sorte: l'attenzione dei tecnici si è prevalentemente concentrata sui miglioramenti strutturali del segnale d'immagine; si è pertanto assistito in pochi anni al passaggio dal segnale analogico codificato (PAL, SECAM, NTSC) alla HDTV, alla TV Digitale e si sperimenta oggi la TV 3D; l'informazione audio, che pure contribuisce in misura spesso determinante a dare "valore aggiunto" al programma, solo con l'avvento della TV Digitale ha acquisito la potenzialità della distribuzione spaziale del fronte sonoro. Gli straordinari risultati ottenuti nel campo della compressione del segnale musicale (algoritmi basati su modelli psico-acustici, codifiche MP3 ed MPEG4) hanno riversato i loro benefici soprattutto sulle applicazioni multimediali.

Al di là dell'aspetto puramente tecnologico, l'avvento impetuoso della televisione aveva anche impedito per molti anni il consolidamento del legame culturale tra gli ascoltatori e la radio. I "mass media" riconoscono oggi l'esistenza di una netta ripresa di interesse verso i servizi di radiofonici da



Copertina del Radiocorriere 1-8 novembre 1930
ANCHE LA RADIO FA SCHERZI CURIOSI E FABBRICA IMMENSI TRASTULLI

parte del grande pubblico. In base ai dati forniti da Audiradio^{Nota 1} nei vent'anni intercorsi tra il 1988 ed il 2008 il numero di ascoltatori giornalieri in Italia è passato da 25,8 milioni a 38,7 milioni; accanto alla crescita quantitativa dell'ascolto radiofonico, e al conseguente incremento di valore per le imprese editoriali, c'è da registrare anche il cambiamento del rapporto "culturale" degli italiani nei confronti della radio. Certo è che se la radio fosse stata inventata di recente, con le possibilità di integrazione che offre con gli altri media (internet, cellulare, ...) sarebbe senza dubbio classificata come "new media", e allora avrebbe un altro posto nella considerazione del comparto editoriale.

La convergenza delle tecnologie ha dato nuovo respiro e nuove potenzialità ai servizi digitali. Secondo recenti stime, gli utenti di internet via telefonia mobile nel mondo sono circa 500 milioni e in continua crescita: il loro desiderio è quello di avere notizie ma anche storie originali, che possono andare dalle inchieste alle audiostorie, dai reportage ai podcast. Il digitale consente alle imprese radiofoniche di essere editori, ma anche agli utenti stessi. La nuova radiofonia è oggi in grado di incontrare la capacità tipica del taglia e incolla creativo, l'immediatezza comunicativa dell'sms, la condivisione del file-sharing.

Nota 1. Convegno Audiradio - "La grande sfida della radio" - Santa Margherita Ligure 13 e 14 giugno 2008

Questa flessibilità potenziale dell'ascoltatore-autore si traduce in nuovi modelli di comunicazione che la radio ha contribuito a creare e che continuerà a proporre nel futuro in forme nuove.

Gli articoli pubblicati nel presente numero della Rivista illustrano alcuni progetti, condotti presso il Centro Ricerche della Rai, che si inseriscono nel contesto di un processo innovativo finalizzato all'integrazione dei "media" tradizionali con quelli digitali, per andare incontro alla "total audience".

Nel primo articolo viene descritta la sperimentazione di un sistema, recentemente brevettato, che permette la ripresa multicanale utilizzando una sola sonda microfonica dotata di 32 capsule e la sintesi, sulla base della teoria Ambisonic, di un insieme di microfoni virtuali. L'obiettivo è quello di offrire all'utente, nel suo salotto trasformato in home theatre, un'esperienza coinvolgente dal punto di vista uditivo

Il secondo articolo descrive un sistema prototipale per la gestione automatica, la pubblicazione e la messa in onda di Slide Show e messaggi di testo su canali broadcast che abilitino questo tipo di applicazione. Il sistema è stato concepito per consentire anche la pubblicazione dei contenuti su un sito web, per applicazioni di tipo Internet Radio.