

Editoriale

Gianfranco Barbieri
Direttore di
"Elettronica e Telecomunicazioni"

La televisione nasce ufficialmente in Italia il 3 gennaio 1954 con le prime trasmissioni dagli Studi RAI di Torino. In quegli anni gli abbonati alla TV sono poco più di ventimila; il televisore è un oggetto ingombrante a causa dell'imponente tubo catodico e dell'elettronica a valvole: costa come un'utilitaria, pesa più di una ventina di kg e diffonde immagini in bianco e nero da un unico canale. Fino alla fine degli anni '50, il televisore è protagonista nei bar, nei cinema e nei luoghi di aggregazione. La visione è prevalentemente collettiva.

Le telecamere sono enormi e pesanti: con ottiche, view-finder ed accessori si arriva a superare i 60 kg (rendendo necessario l'uso di un robusto cavalletto). I programmi nascono all'interno degli studi televisivi. La trasmissione in diretta degli avvenimenti di attualità, in particolare di quelli sportivi, avviene in misura sporadica e richiede un grande dispendio di mezzi tecnici.

I programmi sono costituiti in prevalenza da sceneggiati, telegiornali e spettacoli di intrattenimento ma sono soprattutto strumenti di informazione ed educazione; solo un quinto della popolazione parla correntemente l'italiano (quasi il 13% è analfabeta). La pubblicità entra in televisione nel 1957, ma ad essa viene riservato uno spazio di soli 10 minuti al giorno. La tv dei primi anni è una finestra su un mondo a molti sconosciuto. Essa rappresenta

l'uscita dall'isolamento; aree di popolazione in cui si parlava esclusivamente il dialetto imparano l'italiano; "Lascia o raddoppia" diviene il programma più seguito mentre la platea televisiva si allarga a milioni di persone. Un fenomeno di massa di portata storica.

A distanza di 60 anni il panorama ci appare radicalmente mutato, al passo coi profondi mutamenti che la società della comunicazione sta imponendo, a tutti i livelli, sia nei paesi sviluppati che, seppur in misura minore, in quelli in via di sviluppo. La televisione, in quanto mezzo di comunicazione a forte supporto tecnologico, si sta posizionando con determinazione all'interno dei processi di convergenza; pratiche sociali che sembravano appannaggio tipico ed esclusivo del comparto informatico stanno via via estendendosi alla fruizione su schermo televisivo. Il processo evolutivo è piuttosto frammentato a causa delle esigenze di mercato ma soprattutto della rapida trasformazione tecnologica che spesso impone sacrifici alle esigenze di compatibilità con i retaggi del passato.

Se osserviamo la grande varietà di sistemi attraverso i quali il contenuto audiovisivo può oggi essere raccolto, consultato, archiviato e riutilizzato ci rendiamo conto che la digitalizzazione della televisione ha costituito l'anello mancante della catena che in poco più di un decennio ha trasformato in digitale i grandi flussi informativi del nostro pianeta.

La convergenza delle tecnologie sta, in altre parole, riportando la televisione ad occupare un ruolo centrale nella geografia dei canali che possono essere utilizzati per veicolare verso l'utente, ieri solo spettatore, oggi cliente, i contenuti audio video di suo interesse.

Gli articoli pubblicati nel presente numero della nostra rivista ci offrono una panoramica dei diversi fronti sui quali il Centro Ricerche della RAI è oggi impegnato per stare al passo con i processi di ibridazione che vedono coinvolte le pratiche di fruizione dei prodotti e delle tecnologie multimediali.

