

Vent'anni fa l'addio alla tv in bianco e nero spaccò la sinistra: una vicenda esemplare

■ Celebriamo oggi un pre-anniversario. Per festeggiare il ventesimo compleanno ufficiale della televisione a colori dovremmo aspettare ancora, perché soltanto il 1 febbraio 1977 l'Italia poté definirsi ufficialmente una «nazione a colori»; ma gli italiani sanno bene che spesso, per aggirare le ultime resistenze burocratiche, alcune novità vengono messe in circolazione come «sperimentali» o «provvisorie».

Così fu anche in questo caso: la caccia ai nuovi televisori a colori cominciò proprio nell'estate del 1976, quando la qualità dei nuovi programmi sembrò stupefacente, dopo anni di «prove tecniche di trasmissione» a base di nature morte, cesti di fiori, vassoi di frutta e altri oggetti coloratissimi, in uno strano Paese dove il Partito Comunista pensava di aver vinto le elezioni e nelle piazze cortei festanti scandivano: «è ora, è ora di cambiare; il Pci deve governare».

Il verde del campo

Nel 1978 poi vi furono i campionati mondiali di calcio: il verde smeraldino del campo di gioco sul teleschermo, su cui si muovevano le magliette multicolori dei giocatori, convinse anche i più rittosi della superiorità del nuovo apparecchio (sarebbe giusto dire del nuovo mezzo) e anche il tv color divenne, faticosamente, politically correct.

Gli altri paesi europei si erano dotati della televisione a colori tra il 1967 e il 1970. L'Italia giungeva buona ultima, con dieci anni di ritardo. Per avere un'idea e fare un paragone, basta pensare che la tv era arrivata in Italia nel 1954 e negli altri paesi d'Europa tra il 1952 e il 1955.

L'Italia affamata del dopoguerra, fra case distrutte, miseria e grandi conflitti, aveva fatto dunque meglio del Paese ricco e squilibrato che aveva vissuto il boom e la trasformazione dall'agricoltura all'industria, in cui i poeti segnalavano la distruzione della cultura popolare e la scomparsa delle lucciole, mentre le città si espandevano a macchia d'olio e i contadini meridionali risalivano la penisola per andare a fare gli operai.

In questo stridente ritardo è racchiusa una pagina di storia italiana che vale la pena di riaprire oggi, quando con le autostrade informatiche, i satelliti a diffusione diretta e la digitalizzazione della televisione e alla vigilia di un'innovazione ancora più importante e pervasiva dell'ormai anziano tv color.

La classe dirigente democristiana che governava il paese aveva nei primi anni Cinquanta, appena sature le ferite più gravi della guerra, tracciato un disegno di conquista moderna del consenso, in autonomia dialettica con i «poteri forti» dell'epoca (che sono esattamente quelli di adesso) e con la stessa presenza della Chiesa; un disegno che conteneva un suo progetto di modernizzazione e di unificazione del Paese.



Particolare di un'opera di Luca Patella

La caccia ai nuovi televisori iniziò nell'estate di vent'anni fa anche se la loro introduzione ufficiale in Italia avvenne solo il 1 febbraio 1977. Con quasi dieci anni di ritardo rispetto ad altri paesi europei. E non senza aspre polemiche politiche. Contro la tv a colori si schierò La Malfa senior considerandola un inutile lusso. Ma anche gli editori della carta stampata non la vedevano di buon occhio. Nè la difesero il Pci e i sindacati.

ENRICO MENDUNI

Il grande investimento nella tv ne fu lo strumento principale, accanto al lancio delle autostrade e della motorizzazione di massa. Quando, a quarant'anni di distanza, constatiamo la persistenza e la vitalità della cultura cattolica democratica nella cultura televisiva italiana e, per essere più espliciti, nei gangli più elevati del potere televisivo, dobbiamo ricordare la lungimiranza di quella prima scelta.

L'Italia, cioè la Rai, aveva cominciato a sperimentare il colore in perfetto orario, nel 1962; ma nel 1965 il Parlamento rinvì al 1970 l'introduzione del tv color, e poi vi pensò altro tempo perché la prima metà degli anni '70 fu totalmente occupata dai dibattiti sulla riforma della Rai e sui tentativi di scardinare nell'azienda quello che allora (e poi nei film di Nanni Moretti) si

lavatrici, i frigoriferi, le automobili italiane. Queste industrie radioelettriche furono tenute ferme; non avendo più mercato andarono in crisi, fallirono, o furono assorbite da marche estere.

Quando si riaprì il mercato, esattamente vent'anni fa, con la richiesta del tv color, a fare la parte del leone furono i prodotti dei paesi forti dell'Europa (Philips, Thompson, Grundig) e soprattutto i giapponesi. L'industria italiana era in ginocchio, e doveva per giunta montare i principali componenti acquistandoli all'estero. Come politica industriale, veramente un fiasco clamoroso: come è stato possibile?

Uno spreco inutile

Il blocco della televisione a colori fu la convergenza di molte volontà. Il Partito Repubblicano, che all'interno della maggioranza di centro-sinistra intendeva rappresentare le regioni del rigore economico, ritenne la televisione uno spreco inutile, mentre tale non aveva definito la vendita di milioni di automobili che congestionavano le città.

La Malfa (senior) ne fece una battaglia quasi personale. Gli editori della carta stampata, che cominciavano a temere la concorrenza televisiva (nella raccolta pubblicitaria e nell'influenza sui

cittadini), appoggiarono e ampliarono questa campagna. Il Partito Comunista e i sindacati non utilizzarono certo la loro forza, ormai determinante, in difesa di un oggetto così frivolo, ma si accodarono; la crisi energetica fece il resto. Avvenne così, per un curioso paradosso, che per il ritardo accumulato un'innovazione così «comunista» vedesse finalmente la luce proprio mentre il Partito Comunista preparava la sua proposta di «austerità» per trasformare l'Italia.

Sicuramente è molto facile a noi, in mezzo alle reti telematiche e alla digitalizzazione, segnare con la matita rossa e blu i presunti errori di chi operò, trenta o vent'anni fa, in un quadro di riferimento del tutto diverso.

Tuttavia converrebbe dedicare un po' di attenzione alla scelta di freno dell'innovazione che fu allora compiuta e che oggi appare infelice, anche perché favorì indirettamente la nascita dell'emittenza privata.

Appare ovvio che le motivazioni, da parte della sinistra, furono culturali prima che economiche. La sinistra italiana ha dedicato la sua attenzione prevalentemente ad altri aspetti della cultura di massa, fra cui il cinema, sottovalutando la televisione.

Di questa sottovalutazione - sicuramente massiccia fino agli '80 - vi sono cause diverse: certo incise il fatto che la televisione era governata (e con quale pugno ferro, pur ricoperto di qualche velluto) da mani avversarie; ma questo sicuramente non sarebbe bastato, ad una sinistra che con zelo granciano e punte di masochismo studiava la stampa diocesana o i giornaletti per i ragazzi alla ricerca di egemonie «altre», per interrompere l'analisi della televisione.

Uno stile americano

La televisione incarnava piuttosto agli occhi della sinistra l'americano way of life, o così almeno sembrava a chi in America non c'era mai stato e non per pigrizia intellettuale ma perché un apposito articolo (il 28) del Codice sull'immigrazione impediva l'ingresso negli Stati Uniti ai criminali nazisti, ai membri dei partiti e sindacati comunisti e assimilati, ai portatori di malattie contagiose.

La televisione era vista come un veicolo dell'ideologia americana; in sé, prima che per i programmi che diffondeva, facendo proprio un Mac Luhan ante litteram: il medium è il messaggio.

La famiglia di sinistra politicamente correct non aveva la televisione e la acquistò, ultima nel dominio, solo per vedere i telegiornali; e la tenne, rigorosamente in bianco e nero, quando da anni tutti erano passati al colore. Le sue opinioni sulla tv erano (e in parte sono ancora, basta leggere «Reset») totalmente improntate all'analisi negativa e un po' fosca della Scuola sociologica di Francoforte. Adorno e gli altri sociologi, passati dalla padella (la radio nazista) nella brace (le soap opera della tv commerciale americana), avevano impresso dentro di sé una diffidenza indelebile per la televisione.

Qui, purtroppo, è mancato Gramsci. Forse, se egli avesse potuto compiere sulla radio le raffinate analisi che compì sul romanzo d'appendice (i mass media del tempo che aveva conosciuto), la sinistra italiana avrebbe prima e meglio compreso la grande funzione socializzante della televisione, di produzione di identità e di senso, senza tentare con così scarso successo di bloccare le innovazioni.



tra televisione e servizi interattivi. I due media restano per ora sostanzialmente separati in quanto a modalità di trasmissione, modalità d'uso e maturità tecnologica. Ma per ora è inevitabile. Il processo di integrazione non è, ne può essere solo un problema tecnologico. Il cambio vero è di prospettiva, è un ribaltone culturale: la televisione è ormai entrata nel patrimonio genetico di ognuno di noi, quasi una naturale estensione (almeno per i più giovani) dei sensi e delle possibilità; internet invece è ancora un fatto elitario, soprattutto in Europa, comunque una possibilità riservata ad una fascia di popolazione relativamente

colta e benestante. Lo sviluppo di strumenti convergenti che uniscano le potenzialità di Internet e la facilità d'uso della televisione porterà ad una naturale fusione dei due mezzi alla quale dovremo in qualche modo «riadattare» il popolo dei teleconsumatori. La digitalizzazione integrale della comunicazione farà il resto. Una volta raggiunta l'indifferenza di supporto, digitale, non ci saranno più difficoltà tecniche a far passare un film, un concerto o la consultazione di una base di dati sullo stesso cavo, lo stesso ricevitore, lo stesso schermo video. Il Grande Fratello è vivo e lotta insieme a noi.

Archivi

MONICA LUONGO

La stampa: I titoli

Quel male incurabile

La gestione del servizio pubblico radiotelevisivo nostrano sembra non essersi spostata di una virgola da vent'anni a oggi. E la battaglia politica che ci fu intorno all'introduzione degli apparecchi a colori è un esempio significativo in tal senso. Molto formativo lo spoglio dei giornali dell'epoca, che mostrano, tra l'altro, l'uso di una titolazione che quanto meno potremmo definire «spregiudicata». L'esempio migliore lo offre un articolo apparso su *Epoca* dell'agosto 1972: «E se dovessimo scegliere fra due cure per il cancro?». Sbaglia chi pensa che il titolo si riferisse a un tema medico: le due cure a cui si faceva riferimento erano i sistemi Pal e Secam, su cui ci fu battaglia in Parlamento prima che si decidesse per il Pal. E va giù duro anche *L'Europeo* dello stesso periodo, con un sommario che recita: «Lo scandalo della tv a colori ha colmato la misura e ha fatto precipitare l'Italia nel ridicolo. Dopo vent'anni di disinformazione, corruzione, sprechi colossali e intrighi politici, è giunta l'ora che la Rai scompaia». Toni un po' più pacati e anche scontati, ma non meno drammatici per gli altri giornali: «Divisi dal colore», «Prima che il video vada in pezzi» (*L'Espresso*), «Boom drogato delle tv a colori» (*L'Unità*).

Ugo La Malfa

Dichiarazioni al vetriolo

Chi prese più di tutti a cuore la battaglia tra favorevoli e contrari sul colore tv, fu Ugo La Malfa, repubblicano, le cui dichiarazioni rilette oggi finirebbero direttamente su *Cuore*. Eccone un saggio: «Mi accusano di vedere sempre nero, questa volta invece vedo bianco e nero: il colore è ancora un lusso che il paese non può permettersi». E sulla polemica Pal-Secam: «In un momento in cui ci sono problemi sociali ed economici assai più urgenti, il Pri è contrario all'introduzione della tv a colori in Italia e, se questo dovesse avvenire adottando il sistema Secam meno vantaggioso per la nostra industria, saremo costretti a uscire dalla maggioranza». Ribatte a distanza il socialdemocratico Italo de Feo, nel '72 vicepresidente della Rai: «Aderire al Pal significa stare con l'Occidente e con un certo tipo di civiltà. Aderire al Secam significa viceversa sottomettersi a un sistema di potere franco-sovietico, accettando le condizioni economiche dettate da Parigi e quelle politiche dettate da Mosca». Mentre Spadolini, rubricista di *Epoca*, dice che l'Italia è «una nazione seria che dovrebbe mettere ordine nella "casa di tutti"». Si riferiva alla televisione.

Ferragosto 1972

Il più simpatico? Franco Evangelisti

Doveva essere la solita estate torrida, ma quella del '72 sembrò addirittura bollente quando il governo decise che gli italiani avrebbero visto le Olimpiadi di Monaco a colori. Giulio Andreotti, allora alla sua prima presidenza del Consiglio, mandò il sottosegretario Franco Evangelisti a placare un infuriato La Malfa, allora ministro del Tesoro. Ma nessuno riuscì a scoprire dove si nascondeva in villeggiatura. Allora Evangelisti convocò i giornalisti in una pasticceria di piazza Colonna a Roma, premettendo doverosamente: «Granita di caffè con panna per tutti, offro solo in bianco e nero, altrimenti chissà cosa andrete a pensare». Ma poi rincarò la dose contro La Malfa: «Deve aver capito male - disse il sottosegretario - quello delle Olimpiadi è solo un esperimento e, quando si dovesse decidere tutta la questione, naturalmente se ne discuterà insieme». Quanti furono gli italiani che allora già possedevano un apparecchio a colori per godersi i giochi olimpici nella nuova versione, non siamo riusciti a saperlo. Ma forse può tornare utile una battuta pronunciata dalla protagonista de *Lo stato delle cose* di Wim Wenders, che interpreta la parte di una pittrice che si esercita davanti al mare. E quando la figlia le domanda perché di fronte a tanto blu usi solo la matita, lei risponde: «Perché il mondo è a colori, ma il bianco e nero è più realistico».

Piccolo catalogo delle innovazioni prossime venture

E presto la televisione non sarà più «stupida»

■ C'è una parola magica che segnerà il destino dell'uomo del Terzo Millennio: digitale. Una parola che sta cambiando il volto delle cose in un modo che nessuno di noi curiosi spettatori della realtà si sarebbe aspettato solo due anni fa. Questa stessa parola marcherà anche la prossima rivoluzione nelle nostre abitudini di teleconsumatori, più o meno teledipendenti.

La digitalizzazione dei canali televisivi significa in buona sostanza, in una visione di prospettiva a medio termine, che la televisione del Duemila moltiplicherà l'offerta fino ad essere tendenzialmente personalizzata.

Un assaggio di questa tv su misura l'avremo nei prossimi mesi con il lancio in Italia del calcio «pay-per-view» da parte di Telepiù. Ognuno di noi potrà scegliere quale partita o quale squadra vedersi sulla propria tv casalinga. A condizione che si possieda una parabola, un ricevitore digitale satellitare e l'abbonamento a Telepiù.

Anche oggi è possibile guardarsi a casa canali criptati. Ma l'offerta è limitata a tre, quattro canali diversi, non di più. Con la digitalizzazione, la

stessa banda di frequenza che veicola un canale ne potrà portare molti di più, ognuno dei quali conterrà i codici che consentiranno al telespettatore di ricevere il preferito.

Portata alle sue conseguenze ultime, questa possibilità di scelta da parte del teleconsumatore, associata all'incremento esponenziale dei canali disponibili, potrebbe lasciare al telespettatore, ad esempio, la decisione sulla telecamera attraverso la quale seguire un evento.

Qualcosa del genere è stato sperimentato in Germania un paio di mesi fa con il gran premio di Formula 1. Da casa si poteva scegliere da quale cameracar seguire, in diretta, lo svolgimento della corsa.

Il teleconsumatore del Terzo Millennio potrà utilizzare una serie di menu sul televisore per «comporre» il suo canale preferito. I fitti alle 20-15, le previsioni del tempo ogni due ore, l'ultima puntata di «X-Files» alle 23 e così via. Se la tendenza è, come effettivamente è, verso canali specializzati, nulla impedisce di crearsi la propria insalata televisiva pescando in un'offerta smisurata che

già entro tre o quattro anni potrebbe contare in Europa oltre duemila canali digitali. La maggior parte di loro a pagamento, anche se i prezzi saranno probabilmente molto più bassi degli attuali.

Di pari passo crescerà la possibilità di interagire attivamente con lo «spazio» televisivo. Interagire significa entrare concretamente nei programmi, nella loro fattura o nel loro svolgimento. All'ultimo salone sui prodotti per l'elettronica di consumo svoltosi ad Orlando in California la parola d'ordine era «Convergent Technologies», le tecnologie convergenti, in buona sostanza l'incontro tra televisione e computer. Una vera e propria rivoluzione rispetto alla specializzazione attuale che vede computer, tv, altri strumenti elettronici casalinghi rigidamente separati nelle funzioni e nell'uso.

Esempi di prodotti «convergenti» ce ne sono già molti. L'Olivetti un anno fa ha presentato un sistema che combina televisore, computer, lettore di CD audio e CD Rom ed usa il televisore di casa come spazio virtuale su cui far muovere tutto que-

sto. Lo stesso ha fatto negli Stati Uniti la società Rca (divisione della francese Thomson), ed alcune grandi aziende di computer, come la statunitense Zenith, stanno mettendo a punto prodotti analoghi. E persino i giganti dell'elettronica coreana, come Samsung e Daewoo, hanno progetti simili nel cassetto.

Insomma, pur partendo da punti di vista e soprattutto dalle esigenze di mercati diversi, l'approdo pare essere il medesimo. Che questa sia l'inevitabile conclusione dello sviluppo delle tecnologie esistenti appare piuttosto scontato. Lo conferma l'inizio, tre giorni fa, delle «trasmissioni» della nuova intrapresa di Microsoft con il network televisivo Nbc: un canale di tutte news, sul modello Cnn tanto per intenderci, trasmesso via cavo al quale è associato un sito Internet. Chi vede le news può collegarsi ad Internet per avere altre informazioni, porre domande, approfondire l'argomento oppure semplicemente per leggerci un sommario di quanto è stato trasmesso.

Nella sua forma attuale il canale Microsoft/Nbc è ancora un fragile abbozzo di una reale integrazione