



L'audiovideoteca di viale Mazzini comincia a funzionare: e parte anche il servizio Intranet per le biblioteche

Sessant'anni di immagini & suoni Ora c'è un archivio Rai per l'università

Il costo complessivo del data-base è novanta miliardi. Ci saranno 390mila ore di video, 253mila ore di file audio, 18mila immagini tratte dal «fondo fotografico» dei primi anni della Rai, 20mila copioni. Cambia il sistema di produzione interno.

E una volta tanto l'Italia non arriva seconda a nessuno in Europa. Il progetto Audiovideoteca infatti, varato dalla Rai il 13 marzo 1997, ha preso forma ed ha iniziato a fornire i primi risultati tangibili. Da qualche giorno su Internet il sito delle Teche (www.ra.it/teche) offre le prime novità, mentre dal 1° gennaio tutta la lavorazione e documentazione interna delle trasmissioni Rai è stata rivoluzionata. L'intento è quello di utilizzare un alto valore aggiunto tecnologico per rendere facilmente fruibile l'immenso magazzino di immagini, scritti e registrazioni audio. Il risultato è una mole di lavoro della durata di cinque anni per una struttura composta da 62 persone (72 a regime nel corso di quest'anno) con un costo complessivo intorno ai 90 miliardi. In ballo c'è infatti la digitalizzazione e catalogazione di 390 mila ore di video, 253 mila ore di audio, 18 mila immagini del fondo fotografico dei primi anni della Rai, oltre 20 mila copioni. Un patrimonio secondo solo a quello della Bbc.

Ma andiamo per ordine. Il progetto è infatti diviso in due grandi tronconi: uno che tramite il sito Internet renderà disponibile parte del magazzino in bassa definizione, oltre ad una serie di servizi, l'altro studiato per la rete Intranet Rai alla quale potranno collegarsi alcune biblioteche e mediateche che fanno capo al Ministero dei Beni Culturali per consultare un'immensa libreria multimediale ad alta risoluzione.

Le teche online. Dall'indirizzo www.ra.it/teche si accede alle mi-

glia di documenti divisi nelle aree «documenti», «radio», «musica», «televisione» e «foto» suddivisi per tipologia, indicizzati e cercabili attraverso un motore di ricerca con query a testo libero. Andando ad analizzare le singole sezioni si possono così ascoltare documenti straordinari come il primo annuncio delle trasmissioni radiofoniche del 6 ottobre 1924, gli esordi di Mina, di Pippo Baudo, di Franca Valeri, di Raffaella Carrà, oltre alla serie completa delle puntate di «Alto Gradimento» che sembravano essere andate perdute. Tutto il materiale, sia audio che video, è direttamente scaricabile in formato RealVideo e VDO 2.1 (che tra breve sarà sostituito da RealVideo). Ogni sequenza è inoltre corredata di una scheda grafica che evidenzia autori, protagonisti e dati produttivi. Una sezione a parte è poi quella de «L'Approdo» (1945-1977), la famosa rubrica culturale radiofonica a cui redattori erano personaggi quali Ungaretti, Bacchelli, Moravia, Pasolini, Pratolini, Caproni e Luzi, all'interno della quale si trovano i brani audio della trasmissione, i copioni, le fotografie, gli articoli della rivista, l'epistolario inedito fra gli autori, in molti casi anche in forma autografa. Nell'archivio fotografico sono per il momento invece classificate le 18 mila immagini storiche (1950-1992) del Centro Rai di Torino in formato Jpg alle quali andranno gradualmente ad aggiungersi, mano a mano che verranno digitalizzate, anche le fotografie



Una pagina da Internet di «Teche Rai»

della fototeca del centro di Roma. Da qualche giorno è stata inoltre aperta una finestra, accessibile tramite password richiedibile gratuitamente, su quello che è invece il grande catalogo multimediale fruibile via Intranet. Dieci i filmati demo disponibili sezionabili per sequenze sia audio che video e per documenti testuali. A completare il sito i servizi interattivi: una piazza telematica dove si discute principalmente di televisione, una web chat, questionari e analisi in tempo reale del traffico sul web Rai.

Catalogo multimediale, audio e videoteca. È il cuore del progetto, il primo esperimento in Europa di un sistema evoluto di archiviazione, al punto che proprio per questa esperienza alla Rai è stata affidata l'organizzazione del congresso mondiale degli archivi televisivi che si terrà il prossimo settembre a Firenze. Il catalogo multimediale andrà a contenere tutto il materiale digitalizzato audio-video della Rai e costituirà la base di un prossimo Museo Nazionale dell'Audiovisivo al quale collaborerà anche la Discoteca di Stato. Per la tv tutti i programmi sono consultabili per cambio scena con associato riferimento di time code, da ogni cambio scena poi si possono anche estrarre i riferimenti audio. Ad ogni filmato sono inoltre associate le informazioni aggiuntive come fotografie, copioni e scalette. Tutti i centri Rai collegati al catalogo possono così evitare i tempi morti dati dalla ricerca del materiale, dal suo riversamento, dal taglio e

dal montaggio. Per velocizzare ulteriormente questi processi il catalogo è sviluppato: da un lato la videoteca fast su un'architettura client-server con funzioni di visione in full-motion, premontaggi ed erogazione, dall'altro la videoteca master dove vengono potenziati alcuni meccanismi con un server integrato a tutti i processi produttivi dell'azienda. Per quanto riguarda invece l'audio, una volta che saranno terminati tutti i riversamenti da supporto analogico a digitale, la sua tecnologia informatica sarà capace di gestire interamente sia la funzione d'archivio che quella di messa in onda. Enormi bacini d'archivio che dal 1° gennaio 1998 si stanno già riempiendo di tutto quanto viene trasmesso dalla Rai essendo stato avviato il processo automatico di digitalizzazione e archiviazione sia dei programmi tv che radiofonici. Un enorme database su quale, in collaborazione con la struttura Rai-Trade, si stanno studiando le future linee di utilizzo in chiave business.

Archivio diritti. È il nuovo patrimonio dell'azienda. Una banca dati digitale di tutti i diritti relativi a film, fiction, documentari, prosa, musica e cartoni animati.

Security. Ultimo ma non trascurabile punto del progetto: tutto il materiale delle aree riservate viene criptato in fase di trasmissione, quello delle aree pubbliche è invece «filigranato» per evitarne la duplicazione clandestina.

Maurizio Belfiore

L'intervento

La Rete fra mito e chance

TONI DE MARCHI

Con il lancio ufficiale delle Teche su Internet, il progetto di digitalizzazione dell'immenso patrimonio archivistico della Rai entra finalmente nella dimensione della visibilità concreta. Della «fruibilità» comecideva una volta.

Un progetto immenso ed encomiabile, che vale la pena di sottolineare in un momento in cui l'ente radiotelevisivo pubblico è a torto o a ragione sotto accusa per questioni di Auditel. Tanto più che l'obiettivo dichiarato del progetto Teche è chiaramente quello di aprire il più possibile all'immenso mondo un patrimonio che finora era riservato agli occhi e alle orecchie di pochi fortunati.

Nei depositi degli archivi Rai si è sedimentata negli anni la vera memoria storica di questo Paese. Sarà attraverso quelle voci e quegli spezzoni di pellicola o di nastro magnetico che domani qualcuno scriverà, si spera, la storia di un secolo di difficile transizione, dai discorsi dal balcone di piazza Venezia a Dario Fo col suo «Mistero Buffo».

Ma il rendere disponibile, su Internet e tutti una parte del materiale raccolto e su una rete privata istituita di ricerca e di istruzione una quota più consistente di questi archivi, consente anche ad ognuno di noi, già da oggi, di costruirsi una propria, privatissima storia.

È questo che rende importante Internet ed è l'intuizione di usare questa possibilità di moltiplicare e segmentare all'infinito un patrimonio comune fino a farlo sentire proprio e intimo che fa del progetto Teche della Rai una grande occasione. Pertutti.

Anche per capire meglio cos'è e cosa deve essere Internet. Non una raccolta di pagine pubblicitarie e autocelebrative, ma uno strumento di democrazia, almeno culturale se non politica.

Sono iniziative come questa, sperando che le risorse per portarla avanti siano garantite nel tempo, che possono spiegare tutte le potenzialità della Rete.

Internet negli ultimi tre anni è cresciuta ad un ritmo vicino al 200 per cento l'anno. Se oggi si dovesse reincarnare un Marinetti o un Balla sarebbe alla rete che si ispirerebbero per i loro proclami. Ma quello che conta oggi è uscire dal mito (e dal sentore dire, soprattutto) per fare della rete un'occasione epocale di mutamento. Certo in un Paese che sta pensando ad Duemila come all'anno del Giubileo (e dunque novestradate, nuovi alberghi, nuovi venditori di souvenir), l'idea di seminare il cambiamento, di spingere l'acceleratore del rinnovamento culturale e tecnologico, può sembrare bizzarra. Forse però è la sola possibile e fa piacere che un segnale forte in questa direzione venga proprio da un settore poco illuminato, e dunque probabilmente fuori dalle camarelle del potere, del servizio pubblico radiotelevisivo.

L'Unità

Italia	Annuale	Semestrale	5 numeri	Annuale	Semestrale
7 numeri	L. 480.000	L. 250.000	Domenica	L. 380.000	L. 200.000
6 numeri	L. 430.000	L. 230.000		L. 83.000	L. 42.000

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 269274 intestato a S.O.D.P. «ANGELOPATUZZI» s.p.a. via Bettola 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)

Tariffe pubblicitarie

A mod. (mm. 45x30)	Commerciale Ferial	L. 590.000	Sabato e festivi	L. 730.000
	Festivo			
Finestra 1° pag. 1° fascicolo	L. 5.650.000			L. 6.350.000
Finestra 1° pag. 2° fascicolo	L. 4.300.000			L. 5.100.000

Manchette di test: 1° fasc. L. 3.060.000 - Manchette di test: 2° fasc. L. 1.880.000

Redazionali: Ferial L. 995.000 - Festivi L. 1.100.000 - Finanz. - Legali - Concess. - Appalti: Ferial L. 870.000 - Festivi L. 950.000

A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200

Concessionaria per la pubblicità nazionale: PUBLIKOMPASS S.p.A. Direzione generale: Milano 20124 - Via Giosué Carducci, 29 - Tel. 02/864701

Area di vendita:

Milano: via Giosué Carducci, 29 - Tel. 02/864701 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/665211 - Genova: via C.R. Cicala, 1/14 - Tel. 010/540184 - Padova: via Garibaldi, 108 - Tel. 049/75224-8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/259572 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/54192-57568 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/720111 - Bari: via Amendola, 166/5 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 374/3 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lauroli, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/292865 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/262520

Stampa in fac-simile:

Telestampa Centro Italia, Orcofca (AQ) - Via Colle Marcangeli, 58/B

SABO, Bologna - Via del Tappezziere, 1

PPM Industria Poligrafica, Palermo Dugnano (MI) - S. Stale del Giovi, 137

STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35

Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

Bob Mould Giovedì concerto in rete

Sonicnet, uno dei siti più attivi nell'organizzare concerti in rete, presenta questa settimana due appuntamenti da non perdere (nonostante l'ora tarda in Italia). Il primo è stasera, al concerto dei Bahamada with the Roots. Nome dietro cui si nascondono tre maestri del R&B: Gerald Levert, Keith Sweat e Johnny Gill. Di assoluto rilievo il concerto di giovedì, con Bob Mould. Nelle mailing list si dice che l'ex frontman degli Hüsker Dü coglierà l'occasione per presentare nuovi brani. Gli spettacoli cominciano alle 8 di sera Est Time. Chi li volesse ascoltare, deve solo avere un RealAudio e collegarsi all'indirizzo: www.sonicnet.com/cybercasts/index2.html

Che cos'è «Dejanews», il grande indice analitico che archivia l'intero mondo Usenet. Il data-base dei «salotti virtuali»

Il motore di ricerca consulta ventimila aree di discussione, su qualunque argomento. Una manna per i pubblicitari.

Un archivio immenso, sempre in movimento, il grande indice analitico di Internet. Stiamo parlando di Dejanews (http://www.dejanews.com), un motore di ricerca che esamina ed esplora il vastissimo mondo Usenet, e delle migliaia di aree di discussione presenti in rete. A differenza dei web-searcher tradizionali Dejanews, opera in quello che molti definiscono il «cuore pulsante» di Internet. Si sta parlando di quei gruppi di discussione dedicati a qualsiasi argomento, dalla politica ai bonsai, dai frattali all'hackeraggio, dal calcio ai vini francesi.

Nei newsgroups, si può trovare qualsiasi genere di informazioni, quanto e forse più, che nei siti web. Una sterminata mole di messaggi, raccolti e catalogati.

I numeri parlano chiaro: Dejanews consente di effettuare ricerche in oltre 20.000 gruppi di discussione attivi. Nei suoi ser-

ver sono stipati 180 gigabytes di informazioni, che corrispondono a oltre 138 milioni di articoli conservati nei suoi database.

La Dejanews sostiene di essere uno dei siti con più contatti: tre milioni e mezzo di persone al mese lo consultano. Ma è anche il sito più voluminoso, per numero di informazioni immagazzinate, dell'intero World wide web. In sostanza in quei computer ci sono quasi tre anni di messaggi inviati da chiunque in ogni parte del mondo a ogni newsgroups presente, su qualsiasi tema.

E' la memoria storica, i ricordi di, e su Internet: qualcosa che un giorno potrà essere studiato e analizzato per comprendere la nascita e l'evoluzione della rete. Dentro quei computer sono conservate tutti i flaming (le «roventi» ritorsioni contro partecipanti indesiderati o maleducati), tutte le discussioni avvenute in ogni gruppo sorto in Inter-

net.

Il sito è ovviamente gratuito e la Dejanews, può tranquillamente sopravvivere grazie agli introiti pubblicitari presenti sulle sue pagine. Ma non è solo così: una tale massa di informazioni non può andare sprecata. Soprattutto perché si tratta di materiale, commenti, suggerimenti, ma anche richieste di informazioni dirette a specifici settori, facilmente utilizzabile in ambito commerciale.

Ogni newsgroups, non va dimenticato, è rivolto a un argomento specifico ed è frequentato da un certo tipo di pubblico, che dell'argomento, si presuppone, sia quantomeno interessato, se non proprio esperto. A saperlo utilizzare, il database di Dejanews è una gallina dalle uova d'oro per gli uomini di marketing.

Immaginate ad esempio, di avere una lista di tutti i messaggi destinati a un'area di discus-

sione dove si parla di pregi e difetti di un certo tipo di software. Un'azienda produttrice di software rivale, o la stessa che produce i programmi di cui si discute nei newsgroups chiederà a Dejanews l'elenco di partecipanti a quell'area, i messaggi spediti e ovviamente i loro indirizzi di posta elettronica.

Il risultato dal punto di vista commerciale è notevole: si ottiene un elenco dei problemi che può presentare un prodotto, ma anche una lista con centinaia di migliaia di clienti, o potenziali clienti.

Da contattare, circuire, soddisfare, assistere, e ogni diavoleria di marketing, possibile e immaginabile. Dejanews, insomma, vende il prodotto a caro prezzo e si arricchisce mentre ciascuno di noi, a furia di spedire messaggi nei newsgroups si ritrova la mailbox intasata di pubblicità.

Nicola Zamperini