

Prefazione

Qui si parla di televisori, non solo di televisione. Qui si parla di rituali di visione, non solo di programmi. C'è stato un periodo, ed è quello preso in esame da *Il focolare elettronico* di Cecilia Penati, in cui le famiglie più abbienti, in possesso di un televisore, tenevano corte bandita (storicamente, l'unica parentesi umana nella vita di condominio), i bar erano affollati fino all'inverosimile per seguire una partita di calcio, i cinema vampirizzati dalla tv (si interrompeva la programmazione per far posto a Mike Bongiorno e a *Lascia o raddoppia?*), le strade deserte, tutti i televisori d'Italia accesi per vivere in diretta l'avventura della conoscenza.

Quando nel 1964 vennero celebrati i primi dieci anni di televisione, la preoccupazione di tutti i giornali era quella di capire in che modo quello strano apparecchio avesse cambiato la vita sociale del paese. «L'Europeo» intervistò un immigrato le cui rate d'acquisto del televisore gli costavano più dell'affitto di casa: «Ma con la televisione» rispose quello «si risparmia. Io alla sera non esco più, non vado al bar, sto in casa. E poi è buona con i bambini che possono vedere tante cose e conoscere il mondo e imparare». «l'Espresso» spiegò che «l'abitante della sotto-Italia, il segregato sociale, realizzava davanti al video una specie d'uguaglianza magica col resto degli italiani; e per averne conferma ogni sera ecco che anche le famiglie che non possedevano nemmeno l'armadio o le scarpe, andavano a indebitarsi per comprare il televisore».

Ma quale processo storico ha condotto, alla metà degli anni Cinquanta, allo stabilizzarsi di una cultura di visione pienamente domestica? In che modo la televisione si è trasformata da attrazione pubblica e collettiva nei bar, nelle latterie, nei circoli di partito, in un mezzo di comunicazione saldamente intrecciato all'ideale di *domesticità*? Quali metafore hanno accompagnato l'ingresso della tv in casa, tra focolare e finestra, bardo e occhio potenziato? Qual è stato il ruolo della Rai nel guidare questo processo? E quale quello dei marchi costruttori dei primi televisori, da RadioMarelli a Philco, a Phonola?

La strada è stata meno scontata e naturale di quanto si potrebbe pensare: in un periodo di grande fermento e sperimentazione, in cui si poteva solo intuire che cosa fosse la televisione, anche i modi di guardarla venivano sperimentati attraverso un sistema di «prova ed errore».

Nei pochi, seminali anni che il libro prende in esame (dal 1954 all'inizio degli anni Sessanta), prende forma un *imprinting* iniziale forte, tradottosi nelle ritualità di visione che hanno caratterizzato le abitudini del pubblico televisivo italiano per lunga parte della storia del medium, prima che la digitalizzazione e la convergenza dei media cambiassero per sempre le carte in tavola.

Abbandonato in qualche generosa pagina di quei *wish shop* che sono gli atlanti del design, ammassato nei negozi di elettrodomestici, confuso in una candida e smaltata indiscriminazione tra frigoriferi e lavatrici, l'apparecchio televisivo non ha mai goduto di attenzioni specifiche. Solo qualche frettolosa definizione: scatola magica, nuovo focolare domestico (dove però il "focolare" ben presto stinge in "focolaio", vale a dire in "centro di iniziale localizzazione di germi" e non nel sostituto del rustico e fumoso caminetto), vincolo familiare fisico, assassino della conversazione domestica (ma quale? ma quando?), magnete selvaggio dell'arredamento moderno, oggetto "assoluto" del disegno industriale, strumento di comunicazione. Il televisore è da sempre una vetrina vuota: "vasto assortimento all'interno".

Le devastazioni prodotte da tanti tristi connubi fra arte e industria, la snobistica volgarità degli arredatori, gli apprensivi epitaffi sulla scomparsa dell'oralità, non dovrebbero tuttavia far dimenticare che l'apparecchio televisivo è pur sempre oggetto della scienza esatta e *luogo* di elezione di ogni fantasia, nei suoi aspetti morfologici e nei suoi sviluppi molteplici: eppure quanti confondono ancora il mezzo con il messaggio! Il televisore è il padrone di casa, la televisione solo l'invitata.

Senza televisore non c'è televisione: i fantasmi, le realtà in diretta e i mondi rovesciati alla fin fine sigillano sempre il loro caleidoscopio entro l'ordine immutabile dell'apparecchio televisivo. Quando si dice che la televisione è una finestra sul mondo, si dovrebbe aver maggiore considerazione per la finestra stessa. Tanto più che il televisore è la torpida finestra sul mondo virtuale.

Due avvenimenti hanno strappato la casa, l'abitazione, dall'ordine del naturale per sospingerla nell'artificiale, nelle lande del virtuale: i disegni degli architetti e l'avvento del televisore.

"Il capomastro, il costruttore, ricevertero così un tutore. Il capomastro sapeva costruire soltanto case: nello stile del suo tempo. Ma chi poteva costruire in qualsiasi stile del passato, chi aveva perduto ogni legame con il proprio tempo, costui, sradicato e distorto, divenne il dominatore, lui, l'architetto" (Loos, 1972).

Quando non si costruiscono più le case in funzione di nessi concreti (il corso del sole, la vicinanza di un fiume, la contiguità con una strada, ecc.) in quel momento, sotto la spinta della "creazione artistica" dell'architetto, ha inizio l'epoca del virtuale, del possibile. La casa di-

venta un'invenzione fra molte altre (come l'auto, il telefono, il cinematografo): un'invenzione dalle pareti mobili, un teatro casalingo, un fondale per viaggi attorno alle camere (Rybczynski, 1986; trad. it. 1989).

E, un giorno, la casa accoglie fra le sue suppellettili un televisore.

Questo libro, attraverso una ricerca storica rigorosa e originale, che ha il pregio di incrociare con competenza fonti variegata (stampa popolare, testimonianze orali, campagne pubblicitarie, frammenti dei primi programmi televisivi), ricostruisce una vicenda affascinante e ancora poco esplorata dalla storiografia sulla televisione italiana. Ci ricorda che il televisore fa il suo ingresso in casa fra molte diffidenze. È ingombrante, poco sicuro, costoso, stilisticamente non amalgamabile. Poi scopre l'astuzia dell'anonimato, del travestimento in elettrodomestico: «Gli anni Cinquanta e Sessanta non rappresentano solamente il trampolino di lancio per la diffusione della televisione come "media", ma ne vedono anche la pressoché definitiva messa a punto come oggetto: lo sviluppo tecnologico e la ricerca condotta sul design trasformano progressivamente la televisione spogliandola degli eccessi formali e delle pesantezze della decorazione. L'involucro viene completamente ricreato, lo schermo si allarga, la linea si precisa e l'oggetto acquista piena autonomia enfatizzando la sua funzione». Così recitava un vecchio catalogo di televisori.

Da oggetto di passatempo e di arredamento, il televisore diventa ben presto un sottile sabotatore delle più consolidate "filosofie dell'arredamento". Senza stile, senza stili, senza legami con lo spirito dell'epoca il televisore diventa il vero centro della casa.

Dove s'insedia il televisore? Naturalmente, nel punto più indifeso dell'abitazione: il soggiorno. Quando la media borghesia scopre la casa e la sua importanza come segno di prestigio, cominciano a consumarsi i nuovi riti proposti dalle riviste femminili, i nuovi spazi agiti con un brivido di scomoda spregiudicatezza. E il punto centrale diventa il soggiorno, quello che i genitori tenevano sempre chiuso. È in questo luogo che la casa da rifugio diventa palcoscenico: delle manie degli architetti, della goffaggine e delle rappresentazioni "sociali" degli inquilini, del predominio del televisore.

Se oggi l'abitazione presuppone uno sradicamento totale da ogni canone, da ogni risonanza, da ogni tradizione (suo solo obbligo è "essere moderna"), il televisore è l'invisibile magnete che ristrutturava ogni rapporto che si svolge all'interno della casa. Gli oggetti d'arredo, le linee architettoniche, la suddivisione dello spazio, giorno dopo giorno si conformano con quel fantasma aleggiante, con quel provvisorio risanatore che è il collante televisivo. Il flusso continuo delle immagini televisive diventa così la metafora più pertinente di quell'immensa dissipazione sperimentale che tiene in vita la tecnica. L'inquilino telematico cer-

ca invano un programma in cui intravedere una qualche forma di conoscenza che non sia inadeguata di fronte all'avidità di dominio della tecnica.

Il padrone di casa, anzi dell'*electronic cottage*, trasforma la propria abitazione in una cuna del mondo, dondolata da invisibili fili che, nel frattempo, tramano vertiginose circonvoluzioni cerebrali. L'universo familiare del "salotto buono" si dissolve in una sorta di osservatorio e un ritmo giocoso sottolinea l'ingresso in scena di un'effervescente parata di merceologia elettronica: un tempo per alleviare la fatica le macchine riproducevano il braccio, ora, per riprodurre l'intelligenza, amplificano la mente.

Il focolare elettronico ricostruisce un momento cruciale per la storia del medium: quello in cui il televisore ha mutato ogni casa – anche la più umile, anche la più *kitsch*, anche la più perfettamente borghese – nella casa dello Specchio. Il televisore è la porta di ingresso nella realtà virtuale, è il dissolvimento delle pareti domestiche verso paesaggi mutevoli, verso spiragli inattesi, secondo la fedele descrizione di Lewis Carroll, in *Attraverso lo specchio e quel che Alice vi trovò* (1871):

Oh, Kitty! Come sarebbe bello se potessimo entrare nella casa dello Specchio! Sono sicura che vi sono cose bellissime là! Immaginiamo che vi sia un passaggio per giungervi in qualche modo, Kitty. Immaginiamo che lo specchio sia divenuto soffice come una garza, sicché possiamo penetrarlo. Ecco, la superficie dura si sta mutando in un leggero velo di nebbia, ti dico! Sarà abbastanza facile entrare". Si era appollaiata sulla mensola del camino mentre diceva queste parole, sebbene nemmeno lei si rendesse conto di come fosse arrivata lassù. E in realtà lo specchio cominciò a liquefarsi in una splendente nebbia d'argento. Un istante dopo Alice attraversò lo specchio e saltò leggera nella stanza dello specchio. Per prima cosa guardò se il focolare era acceso, e fu assai soddisfatta nel constatare che ve n'era uno *vero*, che ardeva con fiamme luminose come quello che aveva lasciato dietro le spalle...

Adesso il televisore si presenta sottile, quasi invisibile, sempre più simile a un computer per funzionalità e convergenza. Si appiattisce sulle pareti, come un quadro. Non è più il centro della casa, ma resta pur sempre il simulacro delle nostre culture di visione, l'offerta della virtualità come nuova preda dell'avventura domestica.

Aldo Grasso

INTRODUZIONE

Televisione, casa e culture di visione nell'Italia degli anni Cinquanta

Alla metà degli anni Cinquanta, il televisore fa il suo ingresso nelle case degli italiani accolto da un clima ambivalente, sospeso fra toni miracolistici d'entusiasmo e sentimenti di diffidenza e sospetto. La percezione netta, cristallizzata nel dibattito pubblico dell'epoca, era quella di un cambiamento di portata epocale, di un'invenzione che avrebbe comportato una rivoluzione più dirompente di quelle che erano seguite alla diffusione di altri oggetti tecnici caratteristici della modernità (l'automobile, la radio, il telefono, gli altri "mitici" elettrodomestici bianchi), che avevano sì modificato in modo significativo gli stili di vita, ma non quanto prometteva di farlo il piccolo schermo. La portata della trasformazione imposta alla società italiana dalla diffusione del nuovo medium era percepita in termini così decisivi proprio perché la televisione sembrava destinata a trasferire un tipo di intrattenimento che fino ad allora aveva caratterizzato i consumi culturali extradomestici direttamente nello spazio raccolto e familiare delle abitazioni private, "ri-mediando" nell'intimità della casa le caratteristiche principali dei media che l'avevano preceduta, dalla radio al cinema e al teatro (Bolter - Grusin, 1999, trad. it. 2002).

In realtà, il percorso storico di affermazione della televisione come medium saldamente incorporato nella sua "nicchia ecologica" per eccellenza, ovvero lo spazio domestico, è stato più tortuoso e meno scontato di quanto si potrebbe pensare. È noto, per esempio, come, alle origini della televisione italiana, negli anni immediatamente successivi all'avvio delle trasmissioni regolari nel 1954, l'esperienza di "guardare la televisione" abbia coinciso per una grande parte dei primi telespettatori con quella di "andare alla televisione", attivando forme di consumo collettivo nei luoghi pubblici di aggregazione, così come nelle abitazioni private dei primi pionieri provvisti della nuova dotazione tecnologica (Grasso, 2004).

Le barriere economiche d'accesso all'innovazione mediale, insieme alla relativa lentezza nella copertura del segnale televisivo sull'intero territorio nazionale, hanno fatto sì che il possesso di un televisore privato abbia costituito, almeno inizialmente, un fenomeno limitato a un pubblico cittadino e benestante.

Diverse “culture di visione” hanno così convissuto in un regime di sostanziale sovrapposizione per un periodo relativamente lungo nella fase di istituzionalizzazione del medium, resistendo alle spinte, innescate soprattutto dal *broadcaster* e dai marchi produttori di televisori, che premevano per l’affermazione di un modello di diffusione del piccolo schermo nelle abitazioni private e per un tipo di consumo familiare e prevalentemente individuale (Penati, 2013).

Come avviene per tutte le innovazioni tecnologiche e mediali, anche l’ingresso della televisione nello spazio domestico non ha seguito un percorso lineare, ma è stato oggetto di un graduale “addomesticamento” (Silverstone, 1994, trad. it. 2000), che ha progressivamente sancito il passaggio da un senso di “meraviglioso” all’inesorabile banalizzazione della presenza del medium entro le routine della vita quotidiana (Ortoleva, 2008, 2009).

La diffusione domestica della televisione, nel pieno degli anni del boom economico, è stata accompagnata da un fitto repertorio di discorsi e dibattiti, che hanno contribuito alla prima “immaginazione” del nuovo medium e a dare senso alla sua presenza nella casa, interpretandolo alternativamente come un elettrodomestico, un oggetto di design, un prodigio tecnologico, cui erano associati significati e metafore diversi, che spaziavano dall’idea di un moderno focolare capace di ri-aggregare la famiglia dopo gli anni della guerra, alla percezione del medium come “risorsa sociale” in grado di dare vita a nuove forme di interazione e socializzazione (Scannell, 1996), all’immagine conturbante di una finestra che avrebbe potuto portare in casa il “mondo là fuori”, esponendo lo spazio protetto della casa ai fantasmi sociali più inquietanti.

Il sistema dei media popolari nel suo complesso ha dunque contribuito a modellare l’immagine della televisione come medium domestico (Thorburn - Jenkins, 2003; Spigel, 1992), ingaggiando i suoi consumatori in un dialogo intenso e costante sui significati da attribuire all’innovazione mediale, insegnando i modi attraverso cui incorporarla nella casa e nelle abitudini quotidiane, discutendo i ruoli sociali connessi alle prime interazioni con il nuovo medium (dal responsabile d’acquisto al mediatore tecnologico e alla padrona di casa incaricata di accomodare il televisore nel *décor* dell’ambiente domestico), svolgendo una funzione rassicurante nel placare i timori concreti (danneggerà la vista? Indurrà alla dipendenza?) che spesso accompagnavano la presenza del ricevitore televisivo in casa.

Se lo studio dei significati legati all’ingresso della televisione in casa e delle successive pratiche di consumo televisivo situate nel contesto domestico rappresenta indubbiamente uno dei temi cardine della riflessione sui media in chiave contemporanea, soprattutto dopo l’affermazione e il consolidamento, entro lo scenario degli *Audience studies*, del pa-

radigma della *domestication*, una prospettiva storica sugli stili di visione e il primo addomesticamento del medium rappresenta un terreno di studi piuttosto innovativo.

Obiettivo di questa ricerca è stato pertanto quello di proporre un primo contributo alla mappatura delle diverse culture di visione che hanno caratterizzato i primi anni di esistenza della tv, e dei percorsi attraverso i quali la televisione si è affermata in Italia come un medium domestico, nell'arco temporale compreso tra il 1954 e il 1960. L'intento, insomma, è stato quello di tracciare una storia culturale della televisione italiana nel periodo in cui il vecchio medium "era nuovo" (Marvin, 1990, trad. it. 1994), osservata dal punto di vista delle forme del suo consumo. Oggetto di questa ricerca è stata dunque la televisione, ma anche i significati simbolici associati ai suoi "ambienti di visione", la casa e i diversi luoghi pubblici in cui prendeva vita il consumo collettivo.

Le due date limite della ricerca sono state scelte secondo diversi criteri: il 1954 rappresenta l'anno di inizio delle trasmissioni regolari da parte della Rai, dopo un lungo periodo di sperimentazioni e dimostrazioni che si svolgevano negli spazi pubblici di fiere, piazze e rivenditori di elettronica di consumo (Grasso, 2011; Ortoleva - Temporelli, 2010).

Il 1960, invece, rappresenta un punto di snodo significativo nella storia della televisione italiana per diverse ragioni: si tratta dell'ultimo anno in cui l'offerta di contenuti della Rai si articola intorno a un unico canale, che il servizio pubblico raddoppierà nel 1961 varando il secondo programma. Proprio questa innovazione innescata dal versante dell'istituzione mediale, la Rai, ha coinvolto anche il *device* materiale di fruizione, il televisore: tra il finire del decennio degli anni Cinquanta e i primi anni del decennio successivo, sono infatti cambiati anche gli standard tecnici dei ricevitori televisivi, che la promozione valorizzava come "pre-disposti per il secondo canale". A cambiare non era solo la dimensione propriamente tecnologica, ma anche quella relativa al design del televisore: dopo una prima fase in cui l'involucro esterno del ricevitore aveva rappresentato un pesante ornamento, spesso costruito in legno per meglio naturalizzarsi nell'arredo domestico, sul finire del decennio le linee si assottigliano, il carapace esterno si spoglia delle pesantezze decorative iniziali per dare rilievo alla qualità dello schermo (Grasso, 2009). Iniziavano, inoltre, a prendere forma le prime retoriche sulla portabilità e la mobilità del piccolo schermo, che da totem inamovibile del salotto domestico si trasformava progressivamente in un oggetto sempre più leggero.

A partire dal 1960, dunque, la storia della televisione italiana attraversa una fase importante di svolta, osservabile su tre diversi livelli: sul lato dell'offerta, con l'ampliamento della programmazione della Rai, sul versante della tecnologia, con le modifiche al *device* di fruizione, e, in-

fine, sul lato del consumo, con il cambiamento dei modelli di fruizione preferenziali, che vanno nella direzione di una cultura di visione domestica che perde progressivamente la connotazione di un evento capace di radunare l'intero nucleo familiare per assumere progressivamente i connotati di una "scelta privatizzata" (Hirsh, 1998). Proprio all'inizio del nuovo decennio, le forme di consumo "ambientale", attivate in un *frame* di visione pubblico e collettivo iniziano ad assumere una consistenza sempre più residuale, come confermano anche i dati sull'aumento deciso degli abbonamenti privati alla televisione (Anania, 1997; Menduni, 2006).

Questo lavoro si pone alla confluenza di due diverse tradizioni di ricerca: da un lato, quella che ha ricostruito la storia dell'ingresso della televisione nello spazio domestico attraverso la lettura e l'analisi dell'universo discorsivo conservato in testi e paratesti del sistema dei media popolari. Dall'altro, la tradizione di studi che ha cercato di restituire il primo accoglimento del nuovo medium nella casa attraverso le memorie di visione dei primi spettatori televisivi, mutuando alcune metodologie tipiche della storia orale e dell'etnografia dei media. In una fase di rilancio e ripensamento delle acquisizioni del paradigma della *domestication*, anche David Morley ha suggerito uno spostamento dell'asse d'attenzione da una prospettiva sincronica a una diacronica, proponendo di mutuare e adeguare parte delle metodologie della ricerca etnografica sul consumo mediale a una prospettiva storica (Morley, 2003).

Entro i confini di questa ricerca, si è scelto di intrecciare e associare l'analisi di rappresentazioni e pratiche, facendo procedere in parallelo il sondaggio di discorsi e rappresentazioni *down*, espressione di attori istituzionali, e la sollecitazione delle testimonianze e delle memorie individuali di un gruppo dei primi telespettatori del medium, espressione di un punto di vista *bottom up* sul tema, nella consapevolezza di avere a che fare con un oggetto storico dotato di notevole profondità e complessità, che poteva dunque essere approcciato solo attraverso una metodologia sfaccettata e radicalmente multidisciplinare.

L'articolazione della ricerca

Questa ricerca è articolata in quattro parti. La prima, *Teorie*, è dedicata ad aprire un dialogo con i contributi teorici e le principali tradizioni di ricerca che hanno indagato la costruzione del complesso rapporto tra la televisione e quello che per molti anni ha costituito il suo luogo di consumo privilegiato, se non esclusivo: lo spazio domestico.

Sono stati isolati tre diversi filoni di studi che corrispondono a tre principali "campi di forza" per pensare il rapporto tra la televisione e la

sua ambientazione domestica. Dopo aver illustrato alcuni punti di partenza, tratti dalle riflessioni di alcuni autori che rappresentano ormai dei riferimenti consolidati nella tradizione dei *Television studies*, esplorando in particolare la rilevanza del nesso tra televisione e spazio domestico nel concetto di “privatizzazione mobile” elaborato da Raymond Williams, il capitolo si concentra sull’analisi di uno dei principali ambiti di ricerca che hanno indagato i significati attribuiti ai media nel momento del loro ingresso nella casa, il paradigma della *domestication*, scaturito da uno dei numerosi rivi della complessa tradizione degli *Audience studies*.

Il secondo “campo di forza” analizzato nel capitolo è quello degli studi storici, condotti prevalentemente in ambito anglosassone, che hanno ricostruito il primo ingresso della televisione nello spazio della casa negli anni di istituzionalizzazione del medium da una prospettiva storico culturale, secondo due differenti percorsi. Da un lato, attraverso l’analisi di come l’universo discorsivo coevo alla televisione delle origini (sviluppato e presente in “forma cristallizzata” in numerosi e variegati paratesti: gli *house organ* dell’istituzione televisiva, la stampa popolare, il sistema dell’*advertising* legato all’istituzione televisiva e ai marchi di elettronica produttori di televisori) abbia dato senso alla presenza del medium in casa. Dall’altro, attraverso percorsi di ricostruzione delle memorie individuali dei primi spettatori televisivi, secondo modelli di ricerca che presentano numerosi punti di contatto e tangenza con la ricerca etnografica sui media e con la tradizione della storia orale.

Terzo e ultimo “campo di forza”, più eccentrico rispetto all’orizzonte specifico degli studi sui media, è quello che si è proposto di tracciare delle possibili “biografie culturali” degli oggetti tecnici che punteggiano diffusamente l’esperienza della vita quotidiana: l’idea di fondo è che i media, come le persone, possiedano una propria biografia e un ciclo di vita articolato in diverse fasi, che possono appunto essere ricostruiti attraverso l’analisi dei significati a loro attribuiti a livello collettivo e della loro circolazione in specifici *milieu*, come lo spazio della casa.

La seconda parte della ricerca fornisce lo sfondo metodologico entro i cui confini si è mosso questo lavoro, presentando, da un lato l’“archivio aperto” (quali rotocalchi popolari sono stati analizzati, quali periodici specializzati e *house organ*, quali quotidiani, quali programmi televisivi) selezionato per l’analisi dei discorsi e delle rappresentazioni conservate nel sistema dei media dell’epoca, dall’altro l’impianto della ricerca empirica volta a ricostruire l’ingresso della televisione in casa e a dare ragione delle diverse culture di visione (ambientali e domestiche, collettive e individuali) attive alle origini della storia del medium mediante la raccolta delle memorie di un gruppo selezionato di primi spettatori televisivi. La ricerca è stata condotta attraverso la realizzazione di venti in-

terviste, organizzate intorno a una traccia semistrutturata, a partire da una metodologia qualitativa, effettuate nella città di Milano su un campione di volontari intervistati presso i centri socioricreativi del comune e dell'Università popolare Unitre. Tutti gli intervistati rispondevano ad alcune variabili anagrafiche (tutti dovevano essere nati prima del 1940), geografiche, socio-culturali e relative al periodo di acquisto del primo televisore privato.

Il lavoro sul campo, basato sul modello di alcune esperienze di studio internazionali, si è modellato intorno ad alcune domande guida: quali erano i significati associati ai diversi spazi di consumo televisivo (la casa, ma anche bar, sale cinematografiche e altri locali pubblici di aggregazione) alla metà degli anni Cinquanta? Di quali significati (sociali, culturali, tecnologici) veniva ricoperto l'acquisto di un televisore destinato all'ambientazione domestica? Quali negoziazioni e nuovi protocolli d'uso prendevano vita intorno alla presenza del nuovo medium nelle routine quotidiane dei suoi primi consumatori?

Sempre nell'ambito del capitolo si è cercato di tracciare una prima mappa delle retoriche e dei repertori interpretativi emersi dall'analisi critica dei discorsi, individuando quattro metafore attraverso cui è stata pensata e "immaginata" la televisione italiana delle origini.

La terza parte ha preso in esame la "prima vita pubblica della televisione", analizzando nel dettaglio – a partire dalle rappresentazioni dell'epoca e dalle memorie degli spettatori – la cultura di visione collettiva e ambientale come caratteristica fondamentale dei primi anni di esistenza del medium in Italia. A fronte di uno stile di visione centrato su spazi pubblici di aggregazione, l'istituzione televisiva, organismi istituzionali come il Ministero delle Poste e Telecomunicazioni, i marchi produttori della tecnologia televisiva si facevano invece portatori di una "spinta domestica" mirata a favorire attraverso diverse strategie la diffusione massiccia delle utenze televisive in un contesto domestico e familiare. Nel dettaglio, si è cercato di ricostruire i tentativi del *broadcaster* di dare forma a una cultura di visione televisiva domestica, visibili sia attraverso un composito corpus di paratesti aziendali, sia nei frammenti di alcuni programmi televisivi, riconducibili al genere del quiz.

La quarta parte del volume si sofferma sulle diverse questioni che hanno accompagnato l'ingresso della tv nella sua nicchia ecologica per eccellenza: lo spazio domestico. In primo luogo, descrivendo i significati associati al televisore come oggetto domestico, di cui venivano messe a tema, alternativamente, le componenti tecnologiche, quelle di design, o il suo proporsi come segno di distinzione sociale e "bene di lusso".

Considerando anche che un'ampia parte della letteratura internazionale dedicata allo studio storico dell'ingresso della televisione nello spazio domestico ha preso le mosse da una prospettiva legata ai *gender*

studies anglosassoni, il quarto capitolo di questa ricerca ha mantenuto come fuoco d'attenzione per ricostruire la prima *domestication* del medium i complessi rapporti che si sono instaurati tra la presenza del piccolo schermo in casa e la figura femminile. La "padrona di casa" era chiamata in causa dall'arrivo della tv da diverse prospettive: per esempio, come responsabile della collocazione del ricevitore entro l'arredo domestico, come target spesso preferenziale delle pubblicità dei televisori, come colei a cui spettava la gestione dei momenti rituali di consumo televisivo collettivo in casa, spesso in competizione con l'innovazione mediale per lo sguardo maschile. Attraverso l'indagine dei discorsi che chiamavano in causa il nuovo medium in relazione alla figura femminile è stato possibile ricostruire come l'arrivo della televisione in casa abbia creato nuovi rituali e interazioni sociali, modellando un nuovo concetto di domesticità, sempre più "mediale" e "mediata", e come un fitto reticolo di "mediatori" abbia filtrato l'ingresso della tecnologia nelle abitudini della vita domestica.

Desidero ringraziare Aldo Grasso per aver accompagnato passo per passo lo sviluppo editoriale di questo libro, ma soprattutto per la generosità con cui da sempre mi ha messo a disposizione i suoi insegnamenti e ha guidato la mia crescita professionale.

Massimo Scaglioni ha seguito dal principio la mia attività di ricerca con indicazioni e consigli sempre molto preziosi.

Devo un ringraziamento importante anche a Luca Barra e Anna Sfarдини, con cui in questi anni ho condiviso esperienze di grande valore formativo al Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi dell'Università Cattolica, e ad Adriano D'Aloia per tutte le opportunità di confronto e scambio sull'attività di ricerca.

I professori Ruggero Eugeni, Guido Ferraro e Alberto Marinelli hanno letto e commentato con indicazioni fruttuose una prima versione di questo lavoro in occasione della sua discussione come tesi di dottorato, conseguito presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano.