

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



**DAL TELECOMANDO ALLA CITTÀ:
DESIGN E TELEVISIONE DALLE ORIGINI A OGGI**

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

Rivista online, a libero
accesso e peer-reviewed
dell'Associazione Italiana
degli Storici del Design
(AIS/Design)

VOL. 11 / N. 21
DICEMBRE 2024

**DAL TELECOMANDO ALLA CITTÀ:
DESIGN E TELEVISIONE DALLE
ORIGINI A OGGI**
**FROM THE REMOTE CONTROL
TO THE CITY: DESIGN AND
TELEVISION FROM ITS ORIGIN
TO THE PRESENT DAY**

a cura di Derrick de Kerckhove
e Gabriele Neri

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

SEDE LEGALE

AIS/Design
Associazione Italiana
degli Storici del Design
via Candiani, 10
20158 Milano

CONTATTI

caporedattore@aisdesign.org



WEB

www.aisdesign.org/ser/

This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-NoDerivatives 4.0
International License.

Creative Commons NonCommercial-
NoDerivates 4.0 international License
(CC BY-NC-ND 4.0).

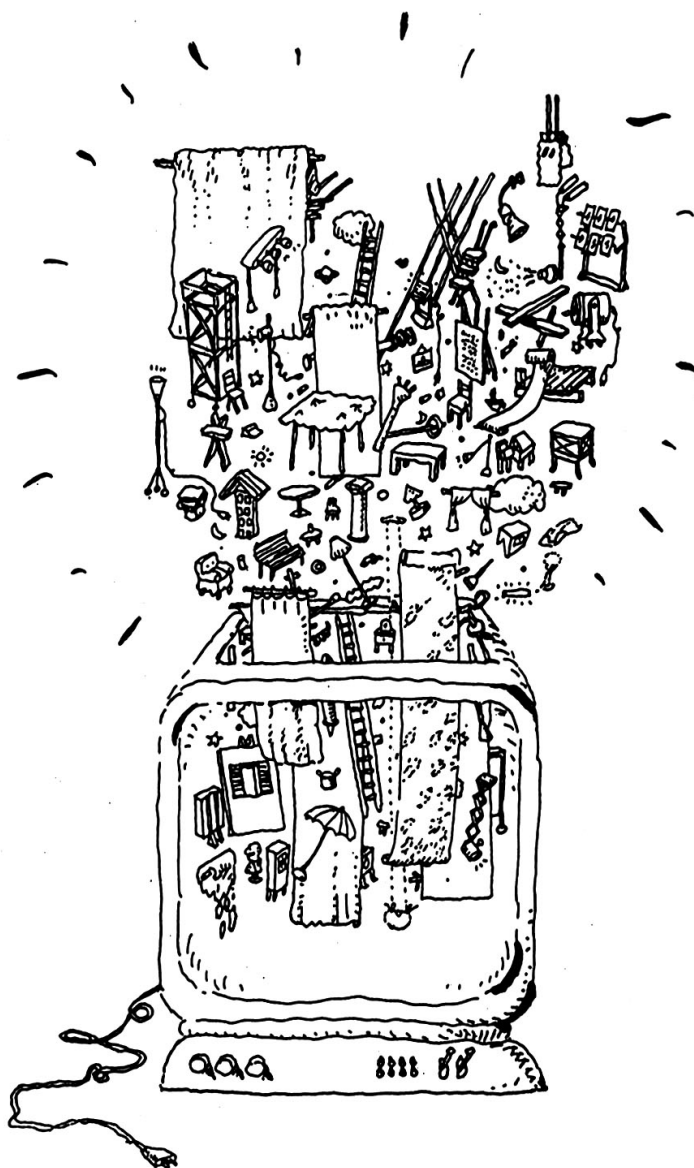
in copertina: Ugo La Pietra, *Design
italiano nelle sabbie mobili*, 1993

pagina successiva: Ugo La Pietra,
*Centrodestra. "Luminoso" design
televisivo*, 2000

quarta di copertina: Ugo La Pietra,
Casa Telematica, 1983

Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



DIRETTORI

Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Jeffrey Schnapp, Harvard University
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI DIREZIONE

Imma Forino, Politecnico di Milano
Antonio Labalestra, Politecnico di Bari
Ramon Rispoli, Università degli Studi di Napoli Federico II
Marco Sironi, Università degli Studi di Sassari
Davide Turrini, Università degli Studi di Firenze
editors@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO

Giovanni Anceschi
Paola Antonelli, Dipartimento di Architettura e Design, MoMA, New York
Helena Barbosa, Universidade de Aveiro
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Imma Forino, Politecnico di Milano
Antonio Labalestra, Politecnico di Bari
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Priscila Lena Farias, Universidade de São Paulo
Fabio Mangone, Università Federico Secondo, Napoli
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Ramon Rispoli, Università degli Studi di Napoli Federico II
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School
Jeffrey Schnapp, Harvard University
Marco Sironi, Università degli Studi di Sassari
Davide Turrini, Università degli Studi di Ferrara
Carlo Vinti, Università di Camerino

GRAFICA

Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Marco Sironi, Università degli Studi di Sassari
Giacomo Girocchi, Politecnico di Torino
Sofia Cretaio, Politecnico di Torino

REVISORI

Giampiero Bosoni, Elena Dellapiana, Maria Teresa Feraboli, Ali Filippini,
Davide Fornari, Antonio Labalestra, Chiara Lecce, Sofia Nannini, Matteo
Pirola, Emanuele Quinz, Ramon Rispoli, Massimiliano Savorra

RINGRAZIAMENTI

Federico Brunetti

| | | |
|-------------------------|--|-----|
| EDITORIALI | SALUTO DEL GRUPPO DI DIREZIONE | 7 |
| | DESIGN E TELEVISIONE, UN RAPPORTO DIALETTICO. DALLA FINESTRA AL MONDO, AL CUORE CULTURALE. Derrick de Kerckhove | 9 |
| | DAL TELECOMANDO ALLA CITTÀ: DESIGN E TELEVISIONE DALLE ORIGINI A OGGI Gabriele Neri | 21 |
| | DALLA CASA TELEMATICA AL NUOVO SPAZIO DOMESTICO Ugo La Pietra | 28 |
| <hr/> | | |
| SAGGI | IL PROGETTO DELLA TELEVISIONE IN ITALIA Alberto Bassi, Marta Vitale | 33 |
| | TELEVISION VS INTERIORS Giampiero Bosoni | 52 |
| | THE GLASS HOUSE ON TV AND AS TV Beatriz Colomina | 75 |
| | INHABITING TELEVISION Mark Wigley | 86 |
| <hr/> | | |
| RICERCHE | TOWARDS A BETTER TELEVISION. L'IMPATTO E IL RUOLO DELLA TV NEL DESIGN E NELLA CRITICA SOCIALE DI VICTOR PAPANEK, 1954-1970 Marco Manfra, Grazia Quercia | 95 |
| | L'INFLUENZA DEGLI AUDIOVISIVI SULL'IMMAGINE FEMMINILE. DAI CINEGIORNALI LUCE ALLE PUBBLICITÀ DI CAROSELLO (1930-1970) Federica Dal Falco, Raissa D'Uffizi | 119 |
| <hr/> | | |
| MICROSTORIE | LA TV DA SFOGLIARE. IL TELEVIDEO COME APERTURA VERSO NUOVI SCENARI DIGITALI Ludovica Polo | 145 |
| | VIDEOGRAFICA TELEVISIVA DI SENSIBILIZZAZIONE SOCIALE. DAGLI ESORDI ALLA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE RAI FERMATI: PENSACI UN MINUTO Vincenzo Maselli, Giulia Panadisi | 162 |
| | LE ANTENNE TELEVISIVE: OGGETTI TECNICI ALLA GRANDE SCALA Matteo Ocone | 180 |
| <hr/> | | |
| ATLANTE | DESIGN IN TV: UN PRIMO ATLANTE DELLE TRASMISSIONI RAI (1956-2000) Federico O. Oppedisano, Sila Berruti | 198 |
| <hr/> | | |
| BIOGRAFIE AUTORI | | 231 |

microstorie

La TV da sfogliare.

Il Televideo come apertura verso nuovi scenari digitali

LUDOVICA POLO

Università Iuav di Venezia

lpolo@iuav.it

Orcid ID: 0009-0003-5839-1294

La diffusione del Televideo Rai, a metà anni '80, segna un passaggio storico nella televisione italiana: la possibilità di leggere e consultare informazioni scritte sul televisore, trasformando il ruolo degli utenti da passivo ad attivo. Attraverso il primo teletext italiano, contenuti testuali e grafiche elementari portano il pubblico verso nuove modalità di fruizione e anticipano un'esperienza simile a quella dell'allora futuro web. Questo contributo esamina (i) gli aspetti progettuali del Televideo e (ii) il cambiamento che ha apportato nell'uso della TV, evidenziando come il sistema abbia introdotto, anche grazie ad una grafica intuitiva, se pur profondamente limitata dai vincoli tecnici, le basi per una nuova forma di interazione televisiva, destinata a evolversi con funzioni come la sottotitolazione e l'accesso a software tramite televisore. Presentato come un quotidiano da sfogliare tramite campagne promozionali Rai, articoli sul Radiocorriere, pubblicità cartacee, spot TV e radio, Televideo viene intensamente promosso sia dai media tradizionali che dalla TV, così da educare il pubblico all'esplorazione autonoma delle funzionalità offerte dal servizio.

The introduction of Rai's Televideo in the mid-1980s marked a historic shift in Italian television: the possibility of reading and exploring written information on the TV screen, transforming viewers from passive consumers to active participants. As Italy's first teletext system, it offered text-based content and simple graphics, providing viewers with new ways to access information and foreshadowing a web-like experience. This study examines (i) the design features of Televideo and (ii) the changes it brought to television usage, emphasizing how the system, despite technical limitations, paved the way for a new form of television interaction supported by intuitive graphics. This interaction eventually expanded to include features like subtitles and software access via TV. Televideo was heavily promoted by traditional media and television, presented as a newspaper to browse through Rai campaigns, articles in Radiocorriere, print ads, and TV and radio spots, aiming to teach the public how to explore its features independently.

PAROLE CHIAVE

Televideo, teletext, progetto delle interfacce, progetto dell'interazione, Rai.

KEYWORDS

Televideo, teletext, interface design, interaction design, Rai.

Nuove possibilità in TV

“I nostri figli avranno, attraverso la televisione, dei servizi che oggi noi non possiamo nemmeno sospettare” (Rai, 1983): con queste parole Enzo Tortora annunciava il lancio di Televideo, il nascente servizio di teletext Rai¹, presentandolo al pubblico della seguitissima trasmissione *Portobello* nell’aprile 1983. Sebbene questa frase oggi possa far sorridere, racchiude una testimonianza diretta che anticipa il ruolo che la nuova tecnologia avrebbe avuto da lì a poco, e le aspettative futuristiche riposte nel servizio. Se fino agli anni ‘80 la TV era infatti prevalentemente legata alla sfera visivo-uditiva, ecco che con il teletext la scrittura viene trasferita dalla pagina del giornale, del libro e della rivista allo schermo, portando gli spettatori verso nuove modalità di fruizione dei contenuti e concedendo possibilità avanzate per l’epoca, anticipando la dimensione ipertestuale e la consultazione di informazioni *on-demand* permessa successivamente dal World Wide Web.

Questo contributo intende quindi osservare due aspetti finora scarsamente indagati dalla letteratura sul tema: (i) gli aspetti progettuali che caratterizzano l’interfaccia del Televideo e (ii) la novità che apportò nel modo di usare il televisore da parte degli utenti.

Pensando oggi al Televideo, è più facile associarlo all’ambito dell’ingegneria delle comunicazioni che a quello del visual design. Questo perché, contrariamente a quanto avviene dall’osservazione di altri artefatti, il limite tecnico è talmente ingombrante da apparire immediatamente visibile ad una prima consultazione delle pagine del servizio. Nonostante la rilevanza di questo sistema di informazione e di intrattenimento integrato ai televisori vada in parte ricercato anche nella storiografia delle innovazioni tecniche, il presente contributo si propone di osservarlo dal punto di vista della storia delle comunicazioni visive che, anche per ragioni di vicinanza temporale, solo recentemente ha iniziato a occuparsi del periodo fra i tardi anni ‘70 e gli anni ‘80 del Novecento.

Fra le fonti primarie consultate per la stesura di questo articolo vi sono i materiali messi a disposizione dalle Teche Rai, in primis diversi numeri dell’house organ *Radiocorriere*, ma anche le testimonianze dirette di Ornella Folinea Vanzetti e di Roberto Vanzetti, le registrazioni radiofoniche di *Radio Anch’io* dalla Collezione Gianni Bisiach dell’Archivio Storico della presidenza della Repubblica e altri materiali audio-visivi — spot pubblicitari e registrazioni Televideo — condivise online da collezionisti e appassionati². Fra i principali testi di riferimento vi sono poi quelli della collana Rai Libri *Verifica qualitativa programmi trasmessi* (VQPT), in particolare *Scripta volant: Viaggio nel televideo* della Rai di Settimio Marcelli (1991), e il saggio di Luca Barra e Gabriele Balbi *The Italian Way to Teletext. The History, Structure*

and Role of Televideo Rai inserito nel volume *Teletext in Europe. From the Analog to the Digital Era* del 2016.

Il teletext italiano

Nato sulla scia di analoghe sperimentazioni in tutto il mondo — capitanate dall'inglese Ceefax, inaugurato dalla BBC nel 1973 (Reynolds, 1979) — questo servizio nasce in una fase storica caratterizzata da profondi cambiamenti sociali³ e, soprattutto, tecnologici. Alla fine degli anni Settanta, la televisione inizia ad essere a colori, fioriscono nuove reti private e locali, si assiste inoltre allo sviluppo dei personal computer⁴ e dei primi videogiochi, oltre al cambiamento nelle tecnologie di stampa e di composizione tipografica. Il mondo del progetto della comunicazione, sia dal punto di vista concettuale che da quello tecnico, viene profondamente rinnovato.

Come sottolinea lo storico della comunicazione Peppino Ortoleva (2009, terza parte, capitolo 8), è però solo “dai primi anni ottanta, in effetti, che ci siamo abituati a leggere il cambiamento storico anche, se non soprattutto, in chiave di media che invecchiano e altri che arrivano, di innovazioni che “uccidono” il passato” ed è sempre “dai primi anni ottanta che risulta sempre più ovvia, quasi scontata, l’idea che il progresso possa essere interpretato come una successione di forme di comunicazione”. Prima la radio, poi la televisione. Prima i servizi di teletext, poi il web. Se oggi siamo ormai abituati alla rapida successione di tecnologie, nel Novecento potevano passare dei decenni fra l’introduzione di un *media* e l’altro. La radio entra nelle case degli italiani a partire dal 1924, con la nascita dell’Unione Radiofonica Italiana, diventando solo trent’anni dopo, nel 1954, Radiotelevisione Italiana, e iniziando il servizio pubblico televisivo, la “forma più potente dei mezzi di massa” (Balbi & Magaudo, 2014, p. 11). Successivamente, a partire dagli anni ‘60, nascono la seconda e la terza rete Rai⁵, la TV italiana diventa a colori, e viene reso disponibile il teletext, in un periodo in cui cominciano anche a proliferare le emittenti private, capitanate da quelle del gruppo Fininvest, dando vita ad un clima di “anarchia televisiva” (Ortoleva, 1995, p. 30).

Nonostante il rapporto fra progetto e tecnologia fosse un tema già dibattuto da diversi anni, pensiamo alle riflessioni esposte nell’Almanacco letterario Bompiani 1962 intitolato *Le applicazioni dei calcolatori elettronici alle scienze morali e alla letteratura*, alle mostre di “Arte Programmata” per Olivetti iniziate sempre nel 1962, ai convegni “Arte e comunicazione” e “Arte e tecnologia” del 1963 e 1964 o, ancora, agli spunti sulla progettazione di sistemi comunicativi programmati raccolti in *Designing Programmes* di Karl Gerstner⁶ nel 1964 e alle sperimentazioni tipografiche per i sistemi CRT⁷ realizzate dall’olandese Wim Crowel⁸ nello stesso periodo, è nel clima di

maturità e apertura alle tecnologie di fine anni '70 che si colloca la nascita del teletext.

Tale servizio utilizza parte del segnale televisivo analogico per trasmettere informazioni testuali, talvolta corredate anche da immagini grafiche elementari. Lo fa sfruttando le linee di scansione non visibili dello schermo televisivo, ovvero quelle che si trovano nel *blanking interval* (o *ritorno di quadro*), un intervallo che si verifica durante il riposizionamento del raggio catodico dalla parte inferiore destra — una volta che il fascio di elettroni è giunto alla fine del suo percorso di 625 linee di scansione (Reynolds, 1979) — a quella superiore sinistra dello schermo, sfruttando i “tempi morti” del segnale televisivo. A controllare la gestione delle informazioni trasmesse è poi il computer di edizione, collegato con tutte le fonti di emissione dei testi: i terminali di composizione dei giornalisti, ma anche computer esterni che gestiscono i numerosi servizi offerti (Marcelli, 1991).

In Italia la ricerca attorno a questa tecnologia nasce e viene operata all'interno della Divisione Ricerche e Studi Rai, ed è guidata dal professor Giorgio Cingoli, affiancato da un team che, nei primi anni, vedeva la partecipazione di una trentina di componenti, la metà dei quali giornalisti, gli altri dirigenti, tecnici, impiegati (Marcelli, 1991), e che successivamente coinvolse anche professionisti di diversi ambiti, portando i giornalisti a confrontarsi con un nuovo mezzo di espressione⁹ e le dattilografe a comporre su tastiere elettroniche (Bisiach, 1984).

Una primissima fase di avvio prevedeva la scelta del modello teletext da adottare. Da una parte quello inglese, pioniere del settore ma dall'interfaccia limitata, dall'altro il modello francese Antiope¹⁰, visivamente più elaborato (Rendina, 1984) ma anche più costoso e, in quella fase, a fine anni '70, ancora in uno stato sperimentale. Si optò quindi per il primo, denominandolo *UK Teletext, Livello 1, opzione italiana* e si partì da lì a poco con una prima fase di *testing* del servizio, che fu messo in onda fra il 4 aprile 1981 e il 25 giugno 1982 e, successivamente, da una seconda, dal 12 gennaio al 6 luglio 1984, rendendo il servizio disponibile a 800 utenze domestiche — ovvero le famiglie — e 300 utenze affari¹¹ (Capocasa, 1984). Dopo aver sciolto alcuni nodi burocratici (Altissimo & Gava, 1983) Televideo¹² venne ufficialmente reso disponibile il 5 settembre 1984.

Nel corso dei due decenni successivi, a partire dalla metà degli anni '90, col fiorire di nuove reti private nacquero anche i primi *competitor* italiani di Televideo, in primis Mediavideo, teletext del gruppo Fininvest. Nonostante i tentativi di competere con il servizio pubblico, questo strumento si concretizzò solo nel 1997 e si caratterizzò per un approccio fortemente commerciale — in linea con quello delle emittenti che lo ospitavano (Ortoleva,

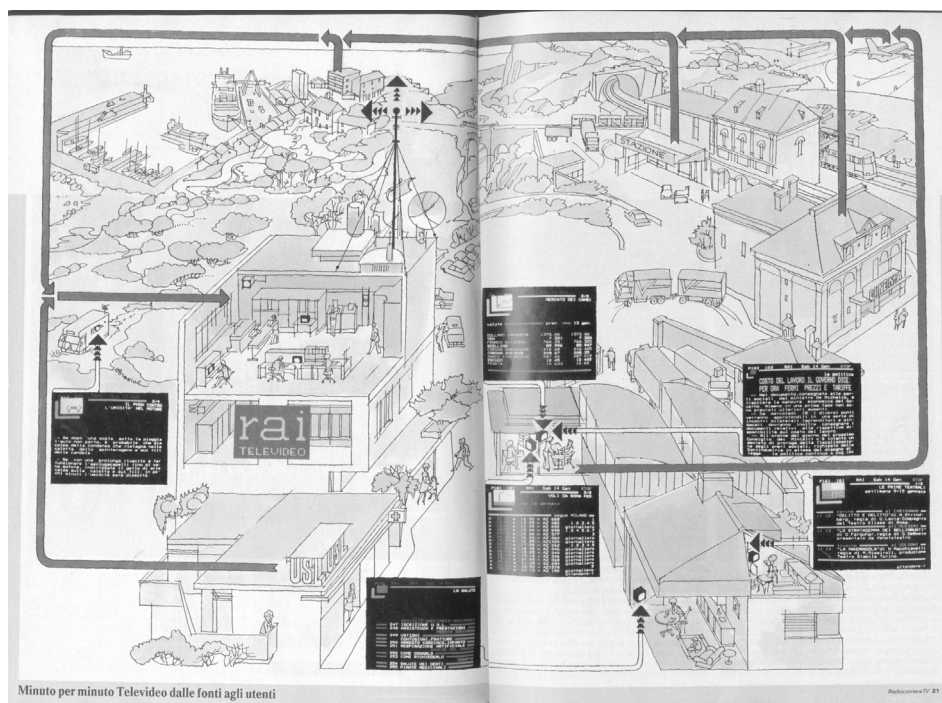
1995) — oltre che informativo. A differenza di Televideo, ancora oggi attivo e fruibile sia dal televisore che dalla pagina online¹³, Mediavideo cessò le sue attività nel gennaio 2022.

Progettare entro i limiti

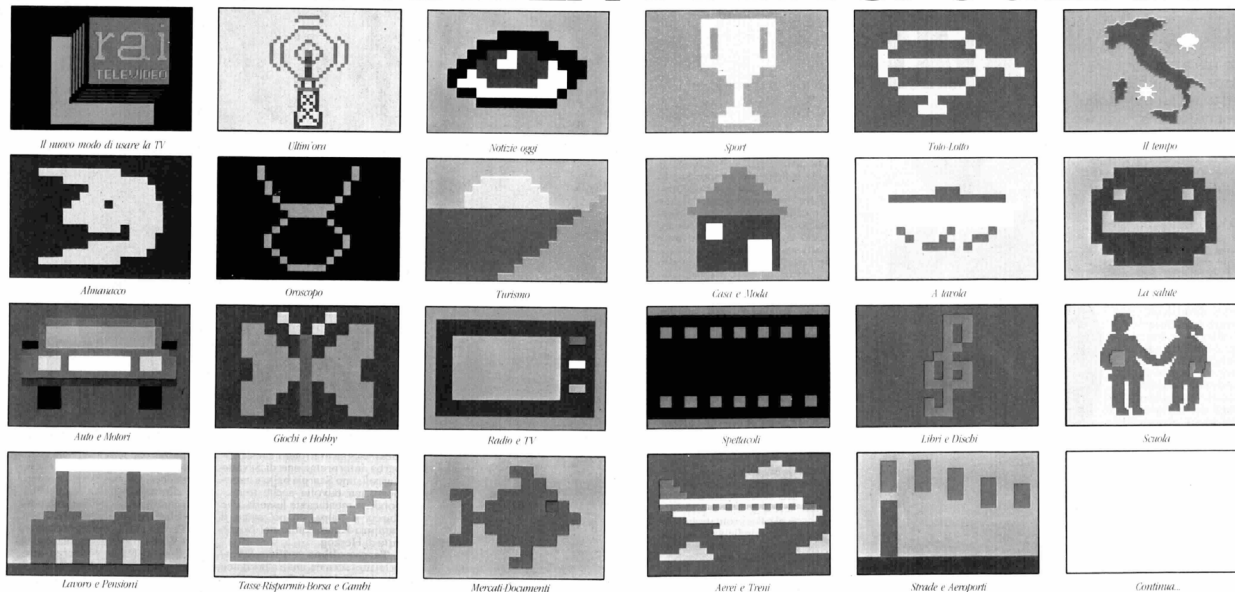
Con il lancio del Televideo, dalla metà degli anni '80 inizia e si intensifica una fase promozionale di questo innovativo strumento, che viene massicciamente raccontato anche attraverso media tradizionali. In primis dal *Radiocorriere*, l'house organ Rai, in cui nei numerosi articoli e in alcuni inserti dedicati, vengono espone le caratteristiche del servizio anche attraverso pagine illustrate. Fra queste, due doppie pagine realizzate dall'artista Alfredo Brasioli nell'inserto Televideo allegato al *Radiocorriere* n. 17 del 1984¹⁴, mostrano il flusso di trasmissione delle notizie dalla sede Rai alle case degli italiani, mettendo in luce l'autonomia di ogni utente, libero di consultare il sistema in modo indipendente e con finalità differenti (Fig. 1).

In due pubblicità dell'84 (rispettivamente nei numeri 43¹⁵ e 46¹⁶), intitolate *Televideo Rai. La TV da sfogliare*, viene dato molto spazio alla grafica del portale, mostrandone in un caso le icone realizzate ad hoc per ogni tipologia di servizio (Fig. 2), nell'altro riportando alcune schermate dei layout delle pagine già disponibili, raccontando in questo modo ai lettori/telespettatori la varietà dei temi trattati dal teletext italiano e permettendo loro di

Fig. 1 - Alfredo Brasioli, Televideo: dalle fonti agli utenti, illustrazione in *Radiocorriere* n. 17 1984, pp. 20-21. Teche Rai.



TELEVIDEO RAI. LA TV DA SFOGLIARE.



OGGI ESSERE INFORMATI NON VI COSTA NIENTE.

Televideo Rai è un servizio nuovo che la Rai offre gratuitamente ai suoi utenti.

Un servizio che raccoglie e trasmette, via etere, centinaia e centinaia di pagine di informazioni, notizie, consigli e dati di interesse generale, che tutti possono leggere sul televisore di casa.

Dalle notizie dell'ultima ora al traffico stradale, dalle ricette

della cucina alla Borsa, dalle previsioni del tempo allo sport.

Pagine e pagine che potete sfogliare, premendo semplicemente il telecomando, su un televisore opportunamente predisposto. I televisori capaci di ricevere anche Televideo Rai sono già in commercio.

TELEVIDEO RAI È L'INFORMAZIONE DEL FUTURO.

Non più un'informazione che si riceve passivamente e dalle

fonti più diverse, ma un'informazione attiva, che vi dice tutto

quello che vi serve sapere, proprio quando vi serve saperlo.

Infatti Televideo Rai è in onda tutti i giorni dalle 8 alle 24, sulle frequenze di Raiuno e Rai due.

Il futuro, dunque, entra nelle vostre case. Un futuro che potrà aiutarvi a risolvere tanti problemi che accompagnano il vivere quotidiano.

OGGI LA RAI È ANCORA PIÙ VICINA AI SUOI UTENTI.

Con Televideo, la Rai fornisce un servizio che possiedono soltanto i paesi tecnologicamente più avanzati. È un esempio dell'impegno assunto per assicurare a tutti un'informazione moderna e completa. Televideo Rai è uno strumento che arricchisce il mondo dell'informazione.

RAI RADIO
TELEVISIONE
ITALIANA

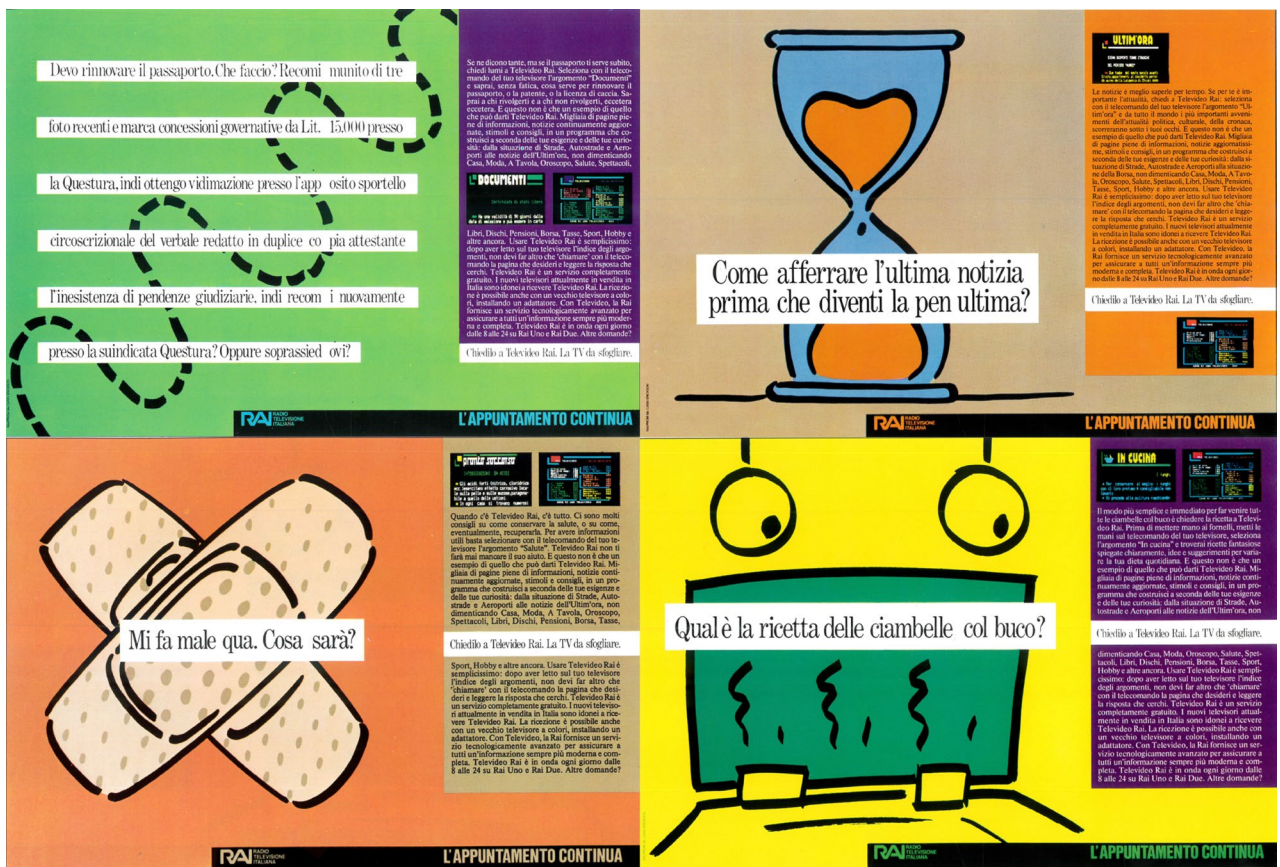
CENTINAIA DI PAGINE DI INFORMAZIONI GRATUITE: LA RAI È ANCHE QUESTO.

Fig. 2 - Televideo Rai. La TV da sfogliare, pagina pubblicitaria in Radiocorriere n. 43, 1984. Teche Rai.

familiarizzare con gli elementi visivi dell'interfaccia. Lo stesso *claim* viene poi utilizzato per altre forme di comunicazione integrata, fra cui una serie di talk dedicate nella trasmissione radiofonica *Radio Anch'io* (Bisiach, 1984; 1986) e negli spot televisivi ufficiali che pubblicizzarono il sistema nel corso degli anni '80, mettendo in evidenza l'analogia con il quotidiano, di cui Televideo rappresentava idealmente un'estensione dinamica, tramite una grafica in cui lo schermo del televisore veniva a tutti gli effetti sfogliato. Questi stessi temi sono ripresi anche dalla coppia di spot realizzata dall'agenzia McCann Erickson nel 1987, con direzione artistica di Franco Moretti (Art Directors Club Italiano, 1997). Nik Novecento, protagonista di questa pubblicità, è immerso in uno sfondo futuristico le cui pareti evocano l'etere tramite cui si diffonde il segnale televisivo, ed elenca i punti di forza di Televideo, ovvero il suo essere gratuito e la possibilità di avere tutto a "portata di dito", consigliando a chi dovesse acquistare una TV in quel momento di optare per un modello che supportasse la nuova funzionalità. Dalle modalità con cui viene comunicato questo servizio ne traspare quindi la rilevanza percepita: c'era consapevolezza dell'importanza rappresentata dal nuovo sistema Televideo, tanto che in uno spot TV del 1986¹⁷ viene posto

sullo stesso piano di invenzioni fondamentali nel campo delle telecomunicazioni, quali radio (1924) e televisione (1954). Ciò nonostante, le potenzialità di Televideo apparivano “tanto ampie da rendere difficile ogni previsione troppo circostanziata” (Agnes, 1984) ragion per cui la necessità di preparare le persone, aiutandole a cambiare mentalità e abitudini, era uno dei principali obiettivi, oltre che della Rai, anche dell'Istituto per la Ricostruzione Industriale (IRI) (Agnes, 1984). Una serie di pubblicità offline, realizzate sempre dalla McCann Erickson e intitolate *L'appuntamento continua*¹⁸ (Fig. 3), prosegue questo processo di educazione “digitale” del pubblico, raccontando le potenzialità del servizio ancora una volta attraverso un media tradizionale, quello della carta stampata.

Fig. 3 – Stefano de Filippi (illustrazioni e art direction) e Guido Cornara (copywriter), alcune pubblicità della serie *L'appuntamento continua*, 1985. Art Directors Club Italiano annual 1985, pp. 98-106.

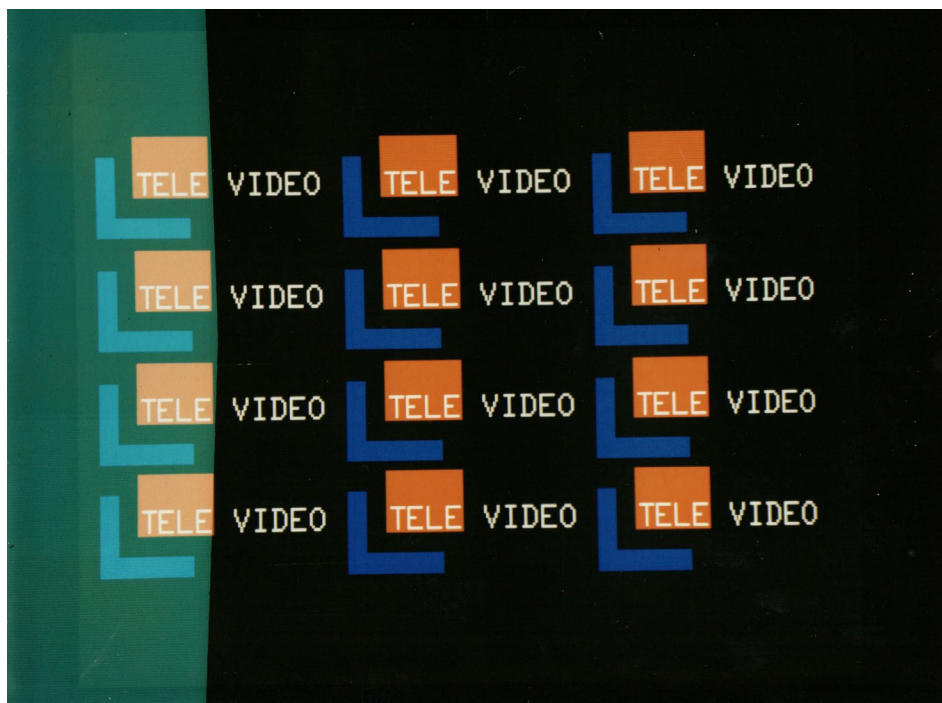


Questi annunci, tramite le illustrazioni di Stefano de Filippi e i copy di Guido Cornara (Art Directors Club Italiano, 1985), raccontano uno per uno diversi contesti in cui l'utente poteva ricorrere al Televideo. Curiosità legate all'oroscopo, dubbi culinari, consigli per le emergenze, risultati sportivi, questioni burocratiche ed economiche, ultime notizie e programmazione TV: ogni

funzione viene sviscerata affiancando all'illustrazione tradizionale un'anteprima dell'aspetto della pagina correlata.

Nella definizione dell'identità visiva del Televideo (Fig. 4), un ruolo determinante è stato quello dell'agenzia Schema (Barracchia, 1984), guidata dal poliedrico fotografo e progettista pioniera della grafica in movimento italiana Guido Vanzetti (1938-1994), che collaborò con gli uffici Rai già nelle primissime fasi del progetto. L'agenzia, progettando entro specifici e stringenti limiti tecnici, realizzò i layout delle pagine, operando in prima battuta con strumenti analogici: carta e penna. Tenendo sempre in considerazione i vincoli dettati dalla memoria del sistema, i progetti delle schermate Televideo venivano quindi realizzati disegnando una griglia — la matrice — e riempiendone poi i “quadretti” per creare così una prima bozza, che veniva successivamente rielaborata al computer, finalizzata con i colori scelti e presentata al committente (Vanzetti, O., 2024; Vanzetti, R., 2024). Guido Vanzetti, inoltre, già dagli anni '60, stava sperimentando con la manipolazione fotografica — partendo da immagini analogiche e ricreando poi un effetto “pixellato” attraverso dei procedimenti ottici pre-digitali (Abbondanza et al., 2020) — e, successivamente, dall'inizio degli anni '80, si dedicò alla realizzazione dei primi esempi di *motion graphic* in Italia interamente prodotta al computer¹⁹. Queste animazioni digitali furono al centro delle collaborazioni che il progettista condusse con diverse aziende — fra cui Iveco, FIAT e Fiorucci — oltre

Fig. 4 – Guido Vanzetti (Agenzia Schema), studi per il logo Televideo. Primi anni '80. Courtesy Ornella Folinea Vanzetti.



che con istituzioni²⁰ e servizi, tra cui la Rai stessa, per cui progettò, oltre alla grafica del Televideo, anche varie sigle televisive²¹.

Le pagine Televideo, composte da 24 righe di 40 caratteri ciascuna, anche sulla base dei feedback ricevuti dopo le prime fasi di testing del servizio, erano state organizzate in modo tale da massimizzare la leggibilità e garantire un accesso rapido e intuitivo alle informazioni. Per queste ragioni, i layout progettati erano differenti per i diversi temi, così da caratterizzare anche visivamente la molteplicità dei servizi offerti da Televideo.

Sebbene, negli anni '80, tra le prospettive future del sistema Rai ci fosse "il miglioramento delle caratteristiche tecniche, in particolare quelle grafiche, del sistema Teletext" (Marcelli, 1991, p. 25), ovvero l'intenzione di scalare i livelli del World System Teletex (WTS), che determinavano le diverse possibili evoluzioni del servizio (Rendina, 1984), si decise di non farlo, così da non compromettere la fruibilità del progetto che, in cambio di un'interfaccia grafica più elaborata, avrebbe dovuto prevedere dei costi per l'utente e sarebbe necessariamente stato meno veloce.²²

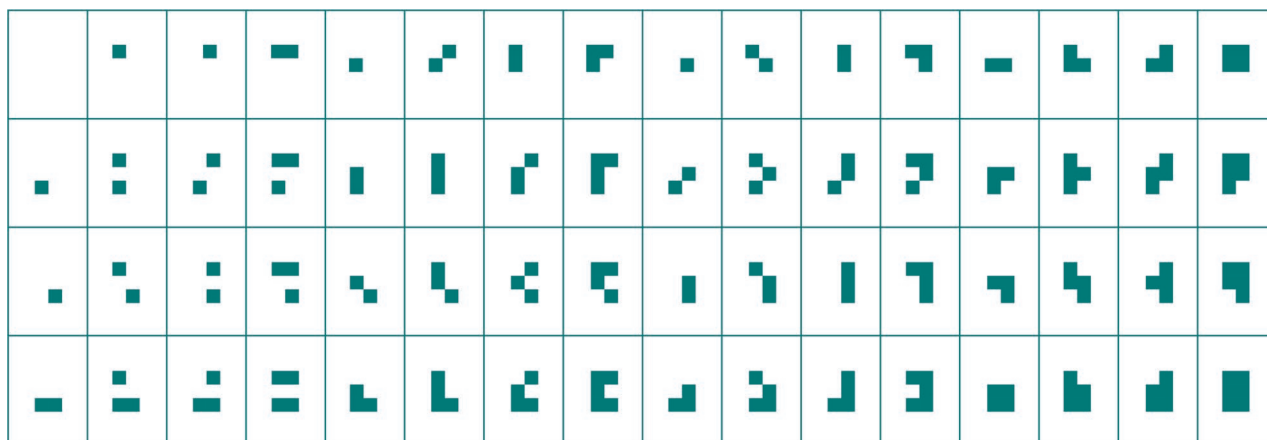


Fig. 5 - 164 caratteri a mosaico che permettevano la creazione dei lettering dei titoli, delle icone e degli altri interventi grafici nelle pagine.

Le possibilità visive restarono quindi vincolate alla disponibilità di 96 caratteri alfanumerici, che potevano però essere integrati ed affiancati da semplici soluzioni grafiche — filetti, riquadri, ma soprattutto icone e disegni elementari (Reynolds, 1979) — date da una serie di 64 caratteri "a mosaico" (Fig. 5). Questi permettevano di creare delle grafiche accendendo/spegnendo tutte le combinazioni possibili di "porzioni" di carattere, suddivise in blocchi matrice di 2x3, ovvero 6 pixel (Vanzetti, R., 2024) che potevano essere combinate fra loro.

Le scelte progettuali includevano poi anche i cosiddetti "caratteri di controllo", elementi che permettevano di gestire alcune variabili, fra cui l'altezza dei testi (che poteva essere singola o doppia), il colore (rosso, verde, giallo, blu, magenta, ciano e bianco) e il lampeggiamento dei caratteri.

L'implementazione di queste funzioni era tuttavia limitata dalle capacità tecniche del sistema, che doveva bilanciare fruibilità e velocità di trasmissione per garantire un'esperienza fluida all'utente, ed era quindi possibile un numero limitato di questi interventi (Vanzetti, R., 2024).

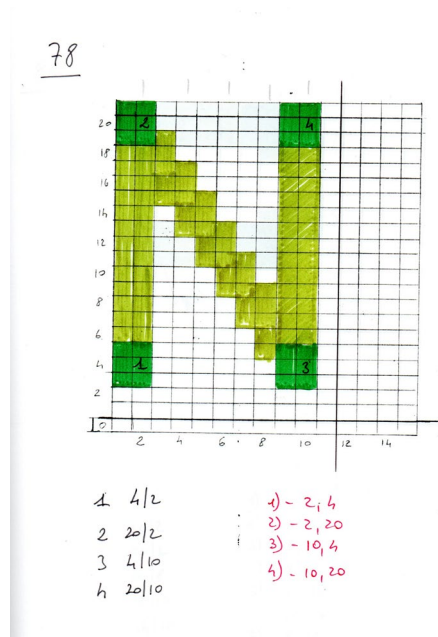
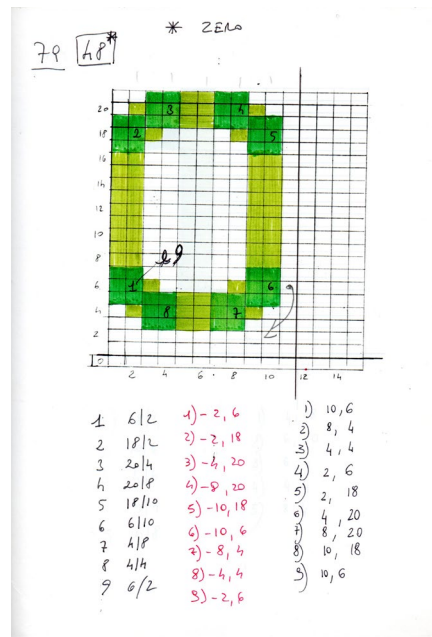
Fig. 6 - Esempi di lettering utilizzati per i titoli delle pagine nel corso degli anni '80.



L'interfaccia di ogni pagina — coerentemente con i limiti tecnici dettati dai “punti”²³ (Guarino & Nava, 1981) — metteva in mostra una grafica differente caratterizzata, sul piano tipografico, da due tipologie di testi. I titoli erano dei veri e propri lettering creati con i caratteri di controllo, diversi per ogni pagina e più liberi da vincoli di proporzioni (Fig. 6). Il testo corrente utilizzava invece un carattere monospaziato sviluppato all'interno di una griglia di 6×10 punti, successivamente ampliata a 10×12 (van Nes, 1986). Sin dalle prime fasi, si auspicava sia un'estensione di questa griglia — come attestano anche gli studi di Vanzetti (Fig. 7; Fig. 8) — per favorire la progettazione di caratteri tipografici più equilibrati, sia una collaborazione tra designer ed esperti di percezione al fine di definire font più leggibili e maggiormente adatti alla visualizzazione a schermo (Reynolds, 1979). Contrariamente ad altri media, caratterizzati dall'uso di corsivi, grassetti e sottolineature, nel teletext le variazioni tipografiche e, di conseguenza, la gerarchia dei testi, erano — e sono ancora oggi — consentite solo dall'alternanza fra minuscole, maiuscole e testi con doppia altezza.

Fig. 7 – Guido Vanzetti (Agenzia Schema), studi per i caratteri alfanumerici, numero "0". Primi anni '80. Courtesy Ornella Folinea Vanzetti.

Fig. 8 – Guido Vanzetti (Agenzia Schema), studi per i caratteri alfanumerici, lettera "N" maiuscola. Primi anni '80. Courtesy Ornella Folinea Vanzetti.



Interagire con lo schermo

“Ci è parsa originale l’esistenza di un servizio trasmesso attraverso la televisione, ma che si fonda sulla parola scritta: la TV, mezzo visivo ed *orale* per eccellenza, recupera la scrittura, sottraendole però il suo tradizionale supporto cartaceo e inserendola, un po’ come un Gutenberg telematico, in uno scenario in cui *scripta volant*.” Così Marcelli (1991) descrive la peculiarità del sistema Televideo nell’introduzione di un volume interamente dedicato al servizio. Una delle principali innovazioni che il Televideo ha apportato è infatti sicuramente legata alle modalità di fruizione di un apparecchio che da 30 anni veniva utilizzato nel medesimo modo. Il televisore diventava in quel momento un canale informativo da interrogare (Cingoli, 1984), trasformando il ruolo del telespettatore da semplice fruitore passivo, costretto a seguire la programmazione decisa dalla Rai, a utente attivo: grazie ai “bottoncini” del telecomando, poteva interagire con il televisore, navigare tra pagine numerate, e cercare notizie e curiosità in base ai propri interessi e necessità, diventando così parte attiva del processo informativo (Bisiach, 1984). I telecomandi infatti “sono artefatti culturali, oggetti che contengono informazioni significative sulle società da cui emergono su cui impattano” (Benson-Allott, 2015, p. XIII) e nell’interazione con la TV veicolano la libertà degli utenti, che possono non solo decidere di guardare la programmazione in onda, eventualmente aggiustando o silenziando l’audio, cambiando canale o spegnendo il televisore, ma anche, attraverso il Televideo, la libertà di spaziare fra le

informazioni: tramite dei codici — le combinazioni numeriche²⁴ — diventa infatti possibile controllare²⁵ il flusso e la tipologia di contenuti da consultare. Nonostante le possibilità di intervento dei designer fossero limitate rispetto a quanto concesso dalla carta stampata, l'opportunità di poter usare ben sette colori senza nessun costo (Reynolds, 1979) e di progettare un *wireframe* della struttura organizzativa del sistema (Fig. 9), furono sicuramente due aspetti innovativi con cui i progettisti che collaborarono con Rai — fra cui l'agenzia Schema — si trovarono a lavorare. In particolare, emblematico è il passaggio avvenuto nel 1988: da un primo indice più ristretto, che prevedeva 5 aree (informazioni giornalistiche, intrattenimento, programmazione TV, notizie istituzionali ed economiche, trasporti), a una struttura “ad albero”, con conseguente revisione grafica, che permetteva l'incremento, potenzialmente senza limiti, delle pagine del sistema.

Fig. 9 - Guido Vanzetti (Agenzia Schema), bozze per l'indice Televideo, con variazione del logo nella versione doppia altezza. Primi anni '80. Courtesy Ornella Folinea Vanzetti.



Oltre all'innovazione rappresentata dal telecomando come strumento di navigazione, il servizio pubblico si mosse, già nei primi anni, anche sulla base di specifiche richieste e linee guida europee (Marcelli, 1991), verso l'integrazione di funzioni che permettessero maggior accessibilità al televisore da parte di persone con disabilità visive e uditive (Barra & Balbi, 2016). Il risultato più evidente lo si ebbe il 5 maggio 1986, quando comparve per la prima volta la frase, poi diventata celebre “sottotitoli a pagina 777 del Televideo”,

durante il film di Alfred Hitchcock *La finestra sul cortile*. Parallelamente alla sottotitolazione per i non udenti, che prevedeva un diverso colore per ogni personaggio, un lessico semplificato che escludesse forme verbali complesse, una rubrica di modi di dire e specifiche locuzioni per comunicare la presenza di colonne sonore e rumori di fondo (Marcelli, 1991), si pensò anche a delle modalità di fruizione per i non vedenti. Si ipotizzò dapprima un teletext comandato vocalmente, che desse le possibilità di leggere ad alta voce alcune pagine, fra cui la rassegna settimanale *Avvenimenti*, il quotidiano *La Stampa* e alcuni romanzi e, successivamente, tramite il servizio Telesoftware e un computer connesso alla rete, l'uso di stampanti Braille (Barra & Balbi, 2016; Bisiach, 1984). Proprio il Telesoftware permise, a partire dagli anni '90, l'integrazione di funzionalità aggiuntive, grazie alle quali gli utenti potevano interagire fra loro in gruppi ristretti o direttamente con aziende e istituzioni, ottenendo anche l'accesso a giochi e programmi da utilizzare connettendo computer e televisione (Barra & Balbi, 2016). In questo senso, avveniristiche furono le comunicazioni che l'Università Sapienza di Roma forniva ai propri studenti, o il servizio di prenotazioni dei teatri romani con visualizzazione a schermo dei posti liberi, due iniziative sperimentate tramite Televideo (Marcelli & Solito, 1995).

La fruizione dell'informazione diventava quindi gradualmente più accessibile²⁶, gratuita e complementare alle modalità allora canoniche, quali giornali, radio e telegiornali.

Conclusioni

Nonostante nei primi anni il servizio fosse prevalentemente utilizzato da un pubblico appartenente ad una fascia socio-culturale medio alta, diffondendosi più a fatica fra i ceti popolari e allargando di conseguenza il *knowledge gap* più che diminuirlo (Marcelli & Solito, 1995), col passare del tempo, grazie anche alla funzione didattica delle campagne di promozione e alle funzionalità inclusive permesse dal sistema, esso diventò un punto di riferimento per buona parte degli italiani. Assumendo il ruolo di "tecnologia di passaggio" fra l'analogico e il digitale, aiutò il pubblico a familiarizzare con la possibilità del tutto nuova di consultare le informazioni *on demand* e, grazie alla caratteristica grafica "pixellata" a schermo, introdusse un'estetica visuale che nel corso degli anni '80 e '90 fu sempre più presente e che caratterizzò altre interfacce grafiche. I linguaggi visivi caratteristici dei sistemi teletext permangono inoltre ancora oggi, diventando replicabili tramite appositi editor online²⁷ e dando vita ad una serie di operazioni nostalgiche, come l'identità visiva realizzata da David Berguglia e Céline Tissot per l'edizione del 2015 del festival musicale Electron di Ginevra (Graphis, 2017, p. 81), o come

il progetto italiano Out Of Home — Milano, che utilizza anacronisticamente questi linguaggi pre-digitali nel mondo web e social²⁸, creando così un'identità visiva familiare e riconoscibile. Gli elementi visivi tipici del teletext non si esauriscono oggi nelle sperimentazioni puramente grafiche, ma entrano bensì anche all'interno di altri ambiti del progetto, come nel caso del revival tipografico del *Caractères TVP / Teletext*²⁹ progettato da Adrian Frutiger nel 1979 (Maxitype, 2024) che sarà rilasciato nel 2025 dalla collaborazione fra la fonderia digitale svizzera Maxitype e il Museum für Gestaltung di Zurigo³⁰. O nella moda, come nel caso della collezione di abbigliamento autunno-inverno 2024 realizzata dalla New Amsterdam Surf Association (Fig. 10), caratterizzata da pixel e colori fluo e dedicata al *Teletekst*, omologo olandese del Televideo, ed in particolare alle previsioni meteo realizzate dal servizio, andando così a rafforzare l'idea-manifesto del progetto stesso, “un contro movimento ribelle che sfida la consolidata cultura del surf”³¹ partendo proprio dal clima del paese.

Fig. 10 - New Amsterdam Surf Association, dettaglio della Teletekst tee (grafica di Florian Trappel) e riferimento alle previsioni meteo del servizio di teletext olandese. Collezione AW2024.



In conclusione, se da un lato, come visto all'inizio del suo sviluppo, le possibilità di intervento grafico e di sperimentazione erano limitate, è importante riconoscere il ruolo pionieristico che Televideo ha avuto nel mettere in relazione i progettisti con nuovi contesti e limiti tecnici che sarebbero da lì a poco diventati il “pane quotidiano” del progetto della comunicazione visiva. Sebbene le informazioni sugli altri collaboratori grafici che contribuirono, oltre all'agenzia Schema e all'ufficio interno a Rai, agli sviluppi del progetto

siano limitate, la rilevanza di quest'esperienza non va ricercata in una specifica autorialità del progetto — che appare complessa e frutto di interventi intrecciati — ma piuttosto nel contesto innovativo e di rottura che il servizio ha rappresentato. Nonostante il suo ruolo abbia poi, nel tempo, perso di rilevanza a causa dell'introduzione del World Wide Web, in quella fase storica esso sembrava rappresentare — per riprendere le parole di Enzo Tortora (Rai, 1983) — un mondo che stava cambiando, anche grazie alla televisione.

Un ringraziamento speciale a Ornella Folinea Vanzetti, a Roberto Vanzetti e a Lorenzo Vanzetti per aver condiviso preziosi ricordi, materiali e informazioni su Guido Vanzetti e sull'esperienza con Televideo.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- ABBONDANZA, R., MACALUSO, A., TOFANI, J., & FOLINEA VANZETTI, O. (a cura di). (2020). *Guido Vanzetti. Il futuro è ieri*. Istituto Superiore di Fotografia di Roma. [catalogo della mostra]
- AGNES, B. (1984). Verso la società dell'informatica. Non da soli. *Radiocorriere*, 48, pp. 6-9. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1984|48|000|P>
- ALTISSIMO, R., & GAVA, S. (1984, agosto 3). Scelta del sistema per il servizio sperimentale di televideo, obbligo della presa di peritelevisione e modalità per l'immissione in commercio dei televisori per il televideo [Decreto ministeriale]
- ART DIRECTORS CLUB ITALIANO. (1985). *Art Directors Club Italiano annual*. Lupetti & co.
- ART DIRECTORS CLUB ITALIANO. (1987). *Art Directors Club Italiano annual*. Lupetti & co.
- BALBI, G., & MAGAUDDA, P. (2014). *Storia dei media digitali: Rivoluzioni e continuità*. GLF editori Laterza.
- BARRA, L., & BALBI, G. (2016). The Italian Way to Teletext. The History, Structure and Role of Televideo Rai. In H. Moe & H. Van den Bulck (A. c. Di), *Teletext in Europe. From the Analog to the Digital Era*. Nordicom.
- BARRACCHIA, B. (1984). L'informazione sulla punta delle dita. *Radiocorriere*, 17 - Inserto redazionale Televideo, pp. 30-31. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1984|17|000|P>
- BENSON-ALLOTT, C. A. (2015). *Remote control*. Bloomsbury Academic, [an imprint of Bloomsbury Publishing Inc., in association with Loyola University New Orleans, The Atlantic, Georgia Tech Center for Media Studies].
- BISIACH, G. (Conduttore). (1984, febbraio 10). Telecomunicazioni obiettivo 2000. In *Radio Anch'io*. Collezione Gianni Bisiach dell'Archivio Storico della Presidenza della Repubblica. <https://archivio.quirinale.it/aspr/gianni-bisiach/AV-002-002440/10-febbRaio-1984-telecomunicazioni-obiettivo-2000>
- BISIACH, G. (Conduttore). (1986, ottobre 31). Nuove tecnologie. In *Radio Anch'io*. Collezione Gianni Bisiach dell'Archivio Storico della Presidenza della Repubblica. <https://archivio.quirinale.it/aspr/gianni-bisiach/AV-002-002896/7-aprile-1986-nuove-tecnologie>
- BOCCONETTI, G. (1984). Arriva il Televideo. *Radiocorriere*, 2, 6-7. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1984|2|000|P>
- BORRI, A. (A. c. Di). (1991). *Il futuro della TV: Tecnologie-palinsesti-mercati*. Laterza.
- CAPOCASA. (1984). Al servizio del mercato. *Radiocorriere*, 17 - Inserto redazionale Televideo, pp. 18-19. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1984|17|000|P>
- CINGOLI, G. (1984). Come lo abbiamo cominciato. *Radiocorriere*, 17 - Inserto redazionale Televideo, pp. 6-9. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1984|17|000|P>
- GUARINO, G., & NAVA, G. (1981). Televideo: 800 pagine di dati. *Radiocorriere*, 12, 14-15. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1981|12|000|P>
- KERR, S. T. (1986). Learning to use electronic text: An agenda for research on typography, graphics, and inter-panel navigation. *Information Design Journal*, 4(3), pp. 206-211. <https://doi.org/10.1075/idj.4.3.04ker>
- MARCELLI, S. (con un contributo di Radiotelevisione italiana, Radiotelevisione italiana, & Radiotelevisione italiana). (1991). *Scripta volant: Viaggio nel televideo della Rai*. VQPT/Nuova ERI.
- MARCELLI, S., & SOLITO, L. (1995). *I programmi di servizio della Rai: L'offerta di radio, televisione e televideo*. VQPT/Nuova ERI.
- MAXITYPE. (2024). *Teletext*. Maxitype.
- ORTOLEVA, P. (1995). *Un ventennio a colori: Televisione privata e società in Italia; (1975-95)*. Giunti.
- ORTOLEVA, P. (2009). *Il secolo dei media: Riti, abitudini, mitologie*. Il Saggiatore.
- RAI. (1983, aprile 22). Portobello. In *Portobello*. Rete 2. https://www.youtube.com/watch?v=xXoKN_Mkq5k
- RAI. (2024, gennaio 15). 40 anni di Televideo Rai, Giancarlo Leone: Era il primo giornale che veniva fatto in contemporanea. In *Pomeriggio 24*. Rainews24. <https://www.Rainews.it/video/2024/01/televideo-Rai-40-anni-giancarlo-leone-ospite-Rainews24-f10d8f2e-58d4-4e7c-9c9f8b0b91bd58c.html>
- RENDINA, M. (1984). I cinque livelli del Televideo. *Radiocorriere*, 17 - Inserto redazionale Televideo, pp. 12-13. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1984|17|000|P>
- REYNOLDS, L. (1979). Teletext and viewdata—A new challenge for the designer. *Information Design Journal*, 1(1), pp. 2-14. <https://doi.org/10.1075/idj.1.1.02rey>
- ROSSI, G. (1979). A domanda il televisore risponde. *Radiocorriere*, 27, pp. 14-17. Teche Rai. <http://www.radiocorriere.teche.rai.it/Download.aspx?data=1979|27|000|P>
- TYLER, M. (1979). Videotex, prestel and teletext. *Telecommunications Policy*, 3(1), pp. 37-51. [https://doi.org/10.1016/0308-5961\(79\)90022-3](https://doi.org/10.1016/0308-5961(79)90022-3)
- VAN NES, F. L. (1986). A new teletext character set with enhanced legibility. *IEEE Transactions on Electron Devices*, 33(8), pp. 1222-1225. <https://doi.org/10.1109/T-ED.1986.22646>
- VANZETTI, O. (2024, settembre 9). [Comunicazione personale].
- VANZETTI, R. (2024, ottobre 25). [Comunicazione personale].
- VITA, M. (2023). Puer digitalis. Il corpo tecnologico di Pixnocchio. *Schermi. Storie e culture del cinema e dei media in Italia*, 7(13), pp. 29-43. <https://doi.org/10.54103/2532-2486/21315>
- WILLIAMS, R. (1975). *Television: Technology and cultural form*. Schocken Books.
- WOOLFE, R. (1981). Videotex and Teletext: Similarities, Differences and Prospects. *Programmed Learning and Educational Technology*, 18(4), pp. 245-253. <https://doi.org/10.1080/0033039810180406>

NOTE

- ¹ Nonostante negli anni si sia assistito a una volgarizzazione del brand Televideo, ovvero l'uso improprio del suo nome per intendere altri teletext italiani, il termine Televideo indica esclusivamente il servizio creato dalla Rai.
- ² Consultabili su piattaforme quali Internet Archive e Youtube.
- ³ Si pensi al periodo di austerità in seguito alla crisi petrolifera del 1973, ma anche alle lotte femministe e ai conseguenti cambiamenti nei ruoli di genere, che in Italia portarono nel 1970 all'introduzione della legge sul divorzio e nel 1978 a quella sull'interruzione volontaria di gravidanza. Ma si pensi anche al fiorire di nuove culture giovanili, fra cui l'ondata punk e quella hip hop, e alla nascita del movimento LGBTQ+.
- ⁴ Nel 1975 nasce Microsoft e l'anno successivo Apple.
- ⁵ L'attuale Rai 2 viene inaugurata nel 1961, Rai 3 nel 1979.
- ⁶ Progettista grafico e tipografico svizzero, autore anche di diversi testi sulla teoria del visual design.
- ⁷ Che, proprio come per il teletext, utilizzavano quindi schermi a tubo catodico.
- ⁸ Pluripremiato grafico olandese, fra i fondatori dello studio Total Design. Per maggiori informazioni si veda <http://www.neugraphic.com/wim>.
- ⁹ I limiti del mezzo non erano infatti solo una prerogativa della dimensione grafica del Televideo, come vedremo, ma anche dei contributi redazionali, che dovevano essere sintetici, catturare l'attenzione ed essere necessariamente anonimi (Marcelli, 1991).
- ¹⁰ Acronimo che sta per Acquisition Numérique et Télévisualisation d'Images Organisées en Pages d'Écriture.
- ¹¹ Aziende che potevano aver interesse nell'utilizzo del Televideo per entrare in contatto con il pubblico.
- ¹² Nonostante la nomina più ovvia e letterale sarebbe stata Teletesto, si optò per Televideo, forse nella speranza di agevolare la diffusione del servizio grazie ad un nome dal suono più "italianeggiante" (Barra & Balbi, 2016).
- ¹³ <https://www.televideo.Rai.it/televideo/pub/index.jsp>
- ¹⁴ <http://www.radiocorriere.teche.Rai.it/Download.aspx?data=1984|17|000|P>
- ¹⁵ <http://www.radiocorriere.teche.Rai.it/Download.aspx?data=1984|43|000|P>
- ¹⁶ <http://www.radiocorriere.teche.Rai.it/Download.aspx?data=1984|46|000|P>
- ¹⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=x1tih15hEk>
- ¹⁸ Premiate con un bronzo per la categoria Stampa periodica nell'annuale dell'Art Directors Club Italiano di quell'anno (Art Directors Club Italiano, 1985, pp. 98-106).
- ¹⁹ Emblematico è l'esempio di Pixnocchio, cortometraggio animato realizzato da Guido Vanzetti con Giuseppe Laganà e considerato il primo esempio di grafica in movimento realizzata a computer in Italia. Anche in questo caso il progetto fu dapprima realizzato a mano, su carta millimetrata, e solo in seconda battuta trasportato sul calcolatore elettronico ed elaborato tramite un software programmato da Vanzetti stesso (Vita, 2023).
- ²⁰ Assieme a Giuseppe Buonomo realizzò una serie di filmati animati didattici per la Comunità Economica Europea (CEE) (Abbondanza et al., 2020).
- ²¹ Fra le varie, quella del programma "Tribuna Politica" e l'animazione della sigla promozionale dei mondiali di calcio Italia 90 (Abbondanza et al., 2020), dove la mascotte Ciao, disegnata da Lucio Boscardin, viene scomposta e ricomposta più volte formando poi la scritta Italia.
- ²² Ancora oggi, infatti, Televideo raggiunge il livello 1.5 del WTS, come buona parte degli altri teletext europei.
- ²³ Così venivano definiti i pixel nella divulgazione del sistema al pubblico.
- ²⁴ È importante notare che proprio l'introduzione del teletext ha reso necessaria nei telecomandi la presenza, oltre che di un tasto per accedere al servizio, dei pulsanti con i numeri da 0 a 9, una caratteristica non sempre presente nei modelli precedenti agli anni '80, che si componevano in alcuni casi solo da comandi per accendere o spegnere il dispositivo, per regolarne il volume ed eventualmente per passare al canale successivo.
- ²⁵ Gli anglosassoni chiamano infatti il telecomando remote control, controllo da remoto.
- ²⁶ L'accesso era comunque subordinato al possedere un televisore di ultima generazione e all'averne le abilità tecnologiche per poter ricercare le notizie e orientarsi fra le funzioni.
- ²⁷ Fra i quali <https://edit.tf/> e <https://zxnet.co.uk/teletext/editor/>.
- ²⁸ https://www.instagram.com/ooh_milano/.
- ²⁹ <https://www.emuseum.ch/objects/143802/caracteres-tvp>
- ³⁰ Come annunciato sulle piattaforme social della fonderia digitale nel dicembre 2024.
- ³¹ <https://www.newamsterdamsurf.com/about>

biografie degli autori

Derrick de Kerckhove

Sociologo, accademico e direttore scientifico di Media Duemila, ha diretto dal 1983 al 2008 il McLuhan Program in Culture & Technology dell'Università di Toronto. È autore di *La pelle della cultura e dell'intelligenza connessa* (*The Skin of Culture and Connected Intelligence*) e Professore Universitario nel Dipartimento di lingua francese all'Università di Toronto. Già docente presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, dove è stato titolare degli insegnamenti di Sociologia della cultura digitale e di Marketing e nuovi media. È supervisor di ricerca presso il PhD Planetary Collegium T-Node. Nel 2021 è stato docente del corso di Metodologia della ricerca nella società digitale presso la Facoltà di Economia (Corso di Laurea Comunicazione e Multimedialità) presso l'Universitas Mercatorum, Ateneo delle Camere di Commercio. Attualmente è visiting professor al Politecnico di Milano.

Sociologist, academic and scientific director of Media Duemila, he directed from 1983 to 2008 the McLuhan Program in Culture & Technology at the University of Toronto. He is the author of La pelle della cultura e dell'intelligenza connessa (The Skin of Culture and Connected Intelligence) and University Professor in the French Language Department at the University of Toronto. Former lecturer at the Department of Social Sciences of the University of Naples Federico II, where he was holder of the teaching of Sociology of digital culture and Marketing and new media. He is a research supervisor at the PhD Planetary Collegium T-Node. In 2021 he taught a course on research methodology in the digital society at the Faculty of Economics (Communication and Multimedia) at the Universitas Mercatorum, University of the Chambers of Commerce. Currently, he is a visiting professor at the Politecnico di Milano.

Gabriele Neri

Storico dell'architettura e del design, architetto e curatore, insegna al Politecnico di Torino (DAD) dal 2022. È stato Weinberg Fellow della Italian Academy for Advanced Studies in America, Columbia University, NY (Spring 2022); *Maitre d'enseignement et de recherche* all'Accademia di architettura di Mendrisio (2019-2022), dove tuttora è docente invitato; e professore a contratto al Politecnico di Milano (2011-2022). Fa parte del Comitato scientifico della Fondazione MAXXI (Museo delle Arti del XXI secolo, Roma) e della Fondazione Vico Magistretti, Milano. È stato membro del Consiglio d'Amministrazione della Fondazione Museo del Design - Triennale Milano (2018-2021). Negli ultimi anni ha pubblicato monografie e curato mostre e cataloghi su Pier Luigi Nervi, Louis Kahn, Umberto Riva, Vico Magistretti, Pietro Lingeri e Riccardo Dalisi in diversi musei, tra cui MAXXI Roma; Triennale Milano; Teatro dell'architettura, Mendrisio; Istituto italiano di Cultura, Montréal; Fondazione Vico Magistretti, Milano; ecc. Dal 2012 scrive di architettura su "Domenica" de "Il Sole 24 ore" e su "Archi. Rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica".

Architecture and design historian, architect and curator, he has been teaching at the Politecnico di Torino (DAD) since 2022. He was a Weinberg Fellow of the Italian Academy for Advanced Studies in America, Columbia University, NY (Spring 2022); Maître d'enseignement et de recherche at the Academy of Architecture of Mendrisio (2019-2022), where he is still an invited lecturer; Professor at the Politecnico di Milano (2011-2022). He is a member of the Scientific Committee of the MAXXI Foundation (Museo delle Arti del XXI secolo, Rome) and of the Vico Magistretti Foundation, Milan. He was a member of the Board of Directors of the Fondazione Museo del Design - Triennale Milano (2018-2021). He has published monographs and curated exhibitions and catalogues on Pier Luigi Nervi, Louis Kahn, Umberto Riva, Vico Magistretti, Pietro Lingeri and Riccardo Dalisi in several museums, including MAXXI Rome; Triennale Milano; Teatro dell'architettura, Mendrisio; Italian Institute of Culture, Montreal; Vico Magistretti Foundation, Milan; etc. Since 2012 he has been writing about architecture in "Domenica" of "Il Sole 24 ore" and in "Archi. Rivista svizzera di architettura, ingegneria e urbanistica".

Ugo La Pietra

Vive e lavora a Milano. Si è sempre dichiarato "ricercatore" nelle arti visive e nella comunicazione. Ha comunicato le sue ricerche attraverso molte mostre in Italia e all'estero. Ha curato diverse esposizioni alla Triennale di Milano, Biennale di Venezia, Museo d'Arte Contemporanea di Lione, Museo FRAC di Orléans, Museo delle Ceramiche di Faenza, Fondazione Ragghianti di Lucca. Ha vinto il Compasso d'Oro per la Ricerca nel 1979 e il Compasso d'Oro per la Carriera nel 2016. Le sue esperienze di ricerca nell'arte, nell'architettura e nel design lo hanno portato a sviluppare temi come "La Casa Telematica" (MoMA di New York, 1972 - Fiera di Milano, 1983), "Rapporto tra Spazio reale e Spazio virtuale" (Triennale di Milano 1979, 1992), "La Casa Neoclettica" (Abitare il Tempo, 1990), "Cultura Balneare" (Centro Culturale Cattolica, 1985/95).

Ha sempre sostenuto con opere, ricerche, scritti e didattica un progetto carico di significati, per un "design territoriale" contro il design internazionalista. www.ugolapietra.com

Ugo La Pietra lives and works in Milan. He has always described himself as a "researcher" of visual arts and communication. He has presented his research through many exhibitions both in Italy and abroad. He has curated a number of exhibitions at the Triennale di Milano, the Venice Biennale, the Museum of Contemporary Art in Lyon, the FRAC Museum in Orléans, the Ceramics Museum in Faenza, and the Ragghianti Foundation in Lucca.

He was awarded the Compasso d'Oro for The Research in 1979 and Compasso d'Oro for his Career in 2016. His research experience in art, architecture and design led him to develop such themes as "La Casa Telematica" (MoMA, New York, 1972 - Fiera di Milano, 1983), "Rapporto tra Spazio reale e Spazio virtuale" (Triennale di Milano, 1979, 1992), "Cultura Balneare" (Cattolica Cultural Centre, 1985, 1995). Through his works, research, writing and teaching, he has always supported design that is full of meaning, for design that is "territorial" rather than internationalist. www.ugolapietra.com

Alberto Bassi

Alberto Bassi si occupa di storia e critica del design ed è professore ordinario all'Università Iuav di Venezia e delegato del Rettore alla Comunicazione. Coordina il corso di laurea magistrale in Product, visual e interior design. Fa parte del Comitato Scientifico dell'Archivio Progetti Iuav, nonché di collane di volumi e riviste scientifiche di design. Ha collaborato con riviste di settore e quotidiani; ha scritto *La luce italiana* (Electa, 2004), *Design anonimo* in Italia. Oggetti comuni e progetto incognito (Electa, 2007); *Food design* in Italia. Il progetto del prodotto alimentare (Electa, 2015), premiato con il Compasso d'oro ADI nel 2018; *Design contemporaneo*. Istruzioni per l'uso (Il Mulino, 2017). È Presidente del cluster tecnologico nazionale Made in Italy. Coordina la presenza dell'ambito di design Iuav dentro l'ecosistema dell'innovazione Inest-PNRR.

Alberto Bassi deals with design history and criticism and is a full professor at the University Iuav of Venice and the Rector's delegate for Communication. He coordinates the degree program MA in Product, visual and interior design. He is a member of the Scientific Committee of the Archivio Iuav Projects, as well as series of books and scientific journals on design. He has collaborated with trade magazines and newspapers; has written La luce italiana (Electa, 2004), Design anonimo in Italia. Common objects and design incognito (Electa, 2007); Food design in Italy. Il progetto del prodotto alimentare (Electa, 2015), awarded the Compasso d'oro ADI in 2018; Contemporary Design. Instructions for use (Il Mulino, 2017). He is chairman of the Scientific Committee of the national technology cluster MinIt-Made in Italy and is founder and scientific coordinator of the Veneto Regional Innovative Network Face-Design. He coordinates the presence of the Iuav design field within the Inest-PNRR innovation ecosystem.

Marta Vitale

Dottoranda in "Design per il Made in Italy: Identità, Innovazione e Sostenibilità" presso l'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli, in inter-ateneo con l'Università Iuav di Venezia. La sua ricerca si concentra sul potenziale offerto dagli archivi nel contesto della regione Veneto, per focalizzare, attraverso uno studio dei contenuti fotografici, le vicende del design meritevoli di essere approfondite. Il recupero di questi preziosi materiali è consubstanziale a una riflessione sulle possibili modalità di utilizzo della fotografia in ambito museale, per immaginare forme contemporanee di archivio-museo, volte alla valorizzazione del patrimonio culturale locale e ad innestare una rete di condivisione fra musei e archivi del territorio. Nel 2020 ha conseguito, con lode, la laurea magistrale in Design del prodotto e della comunicazione visiva presso l'Università Iuav con la tesi: "Malfaraggi. Progetto di un atlante fotografico delle tonnarie siciliane".

PhD student in "Design for Made in Italy: Identity, Innovation and Sustainability" at the Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli, in inter-university with the Università Iuav di Venezia. His research focuses on the potential offered by the archives in the context of the Veneto region, in order to focus, through a study of the photographic contents, on design events worthy of further investigation. The recovery of these precious materials is consubstantial to a reflection on the possible ways of using photography in the museum context, in order to imagine contemporary forms of archive-museum, aimed at enhancing the local cultural heritage and triggering a network of sharing between museums and archives in the territory. In 2020, he graduated, cum laude, with a master's degree in Product Design and Visual Communication at the Iuav University with the thesis: "Malfaraggi. Project for a photographic atlas of Sicilian tuna nets".

Giampiero Bosoni

Professore ordinario di Storia del design e Architettura degli interni al Politecnico di Milano. Ha collaborato con Figini e Pollini, Vittorio Gregotti ed Enzo Mari, con i quali ha sviluppato l'interesse per la teoria e la storia del progetto d'architettura e di design. Ha scritto e curato circa venti libri e pubblicato oltre trecento articoli. Su incarico del MoMA di New York ha realizzato il volume *Italian Design* (2009) dedicato alla sezione italiana della loro collezione. Presidente di AIS/Design (2018-2021), dal 2022 è direttore di AIS/Design: Storia e ricerche (con E. Dellapiana e J. Schnapp).

Full professor of History of Design and Interior Architecture at the Milan Polytechnic. He has collaborated with Figini and Pollini, Vittorio Gregotti and Enzo Mari, with whom he developed an interest in the theory and history of architectural and design projects. He has written and edited about twenty books and published over three hundred articles. On behalf of the MoMA in New York he created the book Italian Design (2009) dedicated to the Italian section of their collection. President of AIS/Design (2018-2021), from 2022 he is director of AIS/Design: History and Research (with E. Dellapiana and J. Schnapp)

Beatriz Colomina

Beatriz Colomina è Professoressa ordinaria e titolare della cattedra Howard Crosby Butler in Storia dell'Architettura presso la Princeton University, nonché fondatrice e direttrice del programma "Media and Modernity" presso la stessa istituzione. Scrive e cura ricerche nei campi del design, dell'arte, della sessualità e dei media. Ha pubblicato oltre 100 articoli e il suo lavoro è stato tradotto in più di 25 lingue. Tra i suoi libri figurano: *Sexuality and Space* (Princeton Architectural Press, 1992), *Privacy and Publicity: Modern Architecture as Mass Media* (MIT Press, 1994), *Domesticity at War* (MIT Press e Actar, 2007), *Clip/Stamp/Fold: The Radical Architecture of Little Magazines 196X-197X* (Actar, 2010) con Craig Buckley, *Manifesto Architecture: The Ghost of Mies* (Sternberg, 2014), *The Century of the Bed* (Verlag für Moderne Kunst, 2015), *Are We Human? Notes on an Archaeology of Design* (Lars Müller, 2016) con Mark Wigley, *X-Ray Architecture* (Lars Müller, 2019) e *Radical Pedagogies* (MIT Press, 2022). Ha curato diverse mostre, tra cui: "Clip/Stamp/Fold" (2006-2013), "Playboy Architecture" (2012-2016), "Radical Pedagogies" (2014-2015), "Liquid La Habana" (2018), "The 24/7 Bed" (2018) e "Sick Architecture" (2022). Nel 2016 è stata Chief Curator, insieme a Mark Wigley, della 3rd Istanbul Design Biennial. Nel 2018 ha ricevuto un dottorato honoris causa dal KTH Royal Institute of Technology di Stoccolma e, nel 2020, ha ottenuto l'Ada Louise Huxtable Prize per il suo contributo al campo dell'architettura.

Beatriz Colomina is a full professor holding the Howard Crosby Butler Chair in the History of Architecture at Princeton University and the founder and director of the Media and Modernity program at the same institution. She writes and curates in the fields of design, art, sexuality, and media.

She has published over 100 articles, and her work has been translated into more than 25 languages. Among her books are: Sexuality and Space (Princeton Architectural Press, 1992), Privacy and Publicity: Modern Architecture as Mass Media (MIT Press, 1994), Domesticity at War (MIT Press and Actar, 2007), Clip/Stamp/Fold: The Radical Architecture of Little Magazines 196X-197X (Actar, 2010) with Craig Buckley, Manifesto Architecture: The Ghost of Mies (Sternberg, 2014), The Century of the Bed (Verlag für Moderne Kunst, 2015), Are We Human? Notes on an Archaeology of Design (Lars Müller, 2016) with Mark Wigley, X-Ray Architecture (Lars Müller, 2019), and Radical Pedagogies (MIT Press, 2022).

She has curated several exhibitions, including: Clip/Stamp/Fold (2006-2013), Playboy Architecture (2012-2016), Radical Pedagogies (2014-2015), Liquid La Habana (2018), The 24/7 Bed (2018), and Sick Architecture (2022). In 2016, she was the Chief Curator, along with Mark Wigley, of the 3rd Istanbul Design Biennial. In 2018, she was awarded an honorary doctorate by the KTH Royal Institute of Technology in Stockholm, and in 2020, she received the Ada Louise Huxtable Prize for her contributions to the field of architecture.

Mark Wigley

Mark Wigley è *Professor of Architecture and Dean Emeritus* della Graduate School of Architecture, Planning and Preservation (GSAPP) presso la Columbia University. Storico, teorico e critico, esplora l'intersezione tra architettura, arte, filosofia, cultura e tecnologia. Ha conseguito sia la laurea in Architettura (1979) sia il dottorato di ricerca (1987) presso l'Università di Auckland, in Nuova Zelanda. Tra i suoi libri figurano *Konrad Wachsmann's Television: Post-Architectural Transmissions* (Sternberg Press, 2020), *Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark* (Power Station of Art, 2019), *Cutting Matta-Clark: The Anarchitecture Investigation* (Lars Müller, 2018), *Are We Human? Notes on an Archaeology of Design* (con Beatriz Colomina; Lars Müller, 2016), *Buckminster Fuller Inc.: Architecture in the Age of Radio* (Lars Müller, 2015), *Casa da Música / Porto* (con Rem Koolhaas; Fundação

Casa da Música, 2008), Constant's New Babylon: The Hyper-Architecture of Desire (010 Publishers, 1998), *White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture* (MIT Press, 1995), *Derrida's Haunt: The Architecture of Deconstruction* (MIT Press, 1993) e *Deconstructivist Architecture* (con Philip Johnson; MoMA, 1988). Ha curato mostre presso il Museum of Modern Art, The Drawing Center, la Columbia University, il Witte de With Center for Contemporary Art, Het Nieuwe Instituut, il Canadian Centre for Architecture e la Power Station of Art. È stato co-curatore della 3rd Istanbul Design Biennial nel 2016 con Beatriz Colomina, curatore di "The Human Insect: Antennas 1886-2017" presso Het Nieuwe Instituut a Rotterdam nel 2018 e, più recentemente, di "Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark" presso la Power Station of Art di Shanghai (2019-20).

Mark Wigley is Professor of Architecture and Dean Emeritus of the Graduate School of Architecture, Planning and Preservation (GSAPP) at Columbia University. He is a historian, theorist, and critic who explores the intersection of architecture, art, philosophy, culture, and technology. He received both his Bachelor of Architecture (1979) and his Ph.D. (1987) from the University of Auckland, New Zealand.

His books include Konrad Wachsmann's Television: Post-Architectural Transmissions (Sternberg Press, 2020), Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark (Power Station of Art, 2019), Cutting Matta-Clark: The Anarchitecture Investigation (Lars Müller, 2018), Are We Human? Notes on an Archaeology of Design (with Beatriz Colomina; Lars Müller, 2016), Buckminster Fuller Inc.: Architecture in the Age of Radio (Lars Müller, 2015), Casa da Música / Porto (with Rem Koolhaas; Fundação Casa da Música, 2008), Constant's New Babylon: The Hyper-Architecture of Desire (010 Publishers, 1998), White Walls, Designer Dresses: The Fashioning of Modern Architecture (MIT Press, 1995), Derrida's Haunt: The Architecture of Deconstruction (MIT Press, 1993), and Deconstructivist Architecture (with Philip Johnson; MoMA, 1988).

He has curated exhibitions at the Museum of Modern Art, The Drawing Center, Columbia University, Witte de With Center for Contemporary Art, Het Nieuwe Instituut, the Canadian Centre for Architecture, and the Power Station of Art. He was the co-curator of the 3rd Istanbul Design Biennial in 2016 with Beatriz Colomina, the curator of "The Human Insect: Antennas 1886-2017" at Het Nieuw Instituut, Rotterdam in 2018 and most recently "Passing Through Architecture: The 10 Years of Gordon Matta-Clark" at the Power Station of Art, Shanghai (2019-20).

Marco Manfra

Marco Manfra, designer sistemico, laureato magistrale presso il Politecnico di Torino, svolge attività di ricerca prevalentemente su temi di ambito teorico-critico relativi alla cultura del progetto e sul design per la sostenibilità sociale e ambientale. Già cultore della materia e borsista di ricerca presso l'Università degli Studi di Ferrara, attualmente è PhD candidate in "Architecture, Design, Planning" presso l'Università di Camerino. È stato Visiting PhD(c) presso la "Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa" (Portogallo). Dal 2022 è docente del corso "Processi del design per l'Impresa sostenibile" nel Master di I e II livello in "Design della Comunicazione per l'Impresa" dell'Università degli Studi di Ferrara. Tiene con continuità lezioni, seminari e insegnamenti in varie istituzioni pubbliche e private. È autore di numerosi saggi scientifici, pubblicati su riviste d'area e in atti di convegno nazionali e internazionali.

Marco Manfra, systemic designer, holds a master's degree from the Polytechnic University of Turin. His research activities focus on theoretical and critical issues related to project culture and design for social and environmental sustainability. Formerly a scholar at the University of Ferrara, he is currently PhD candidate in "Architecture, Design, Planning" at the University of Camerino. He was Visiting PhD(c) at the "Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa" (Portugal). Since 2022, he has been teacher of the course "Design Processes for Sustainable Enterprise" in the 1st and 2nd Level Master's Degree Course in "Communication Design for Enterprise" at the University of Ferrara. He regularly gives lectures, seminars and teaches at various public and private institutions. Additionally, he is the author of an extensive body of scholarly work, including essays published in peer-reviewed journals and conference proceedings.

Grazia Quercia

Grazia Quercia è dottoressa di ricerca in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing con indirizzo Comunicazione. I suoi interessi di ricerca si rivolgono ai media studies, le industrie culturali e creative, l'ecologia dei media, il design transmediale, la cultura partecipativa, la narrazione seriale e gli studi di genere. Per Sapienza è stata collaboratrice di ricerca per il progetto "The Social Effects of Fake News", oltre ad aver ricevuto incarichi di ricerca sociale da enti privati. Attualmente è Professoressa a contratto del "Laboratorio di Design Transmediale" nell'ambito del Corso di laurea in Scienze della Comunicazione e Media Digitali presso l'Università Guglielmo Marconi.

È membro del comitato editoriale della collana "Transmedia" di Armando Editore. Tiene lezioni tematiche e seminari presso vari atenei, oltre a partecipare a convegni di settore nazionali e internazionali. È autrice di saggi e capitoli di libri in area sociologica dei processi culturali e comunicativi.

Grazia Quercia has a PhD in Communication, Social Research and Marketing with a focus on Communication. Her research focuses on media studies, cultural and creative industries, media ecology, transmedia design, participatory culture, serial narratives and gender studies. She has carried out social research for private institutions and was a researcher for Sapienza on the project "The Social Effects of Fake News". She is currently an adjunct professor of the Transmedia Design Laboratory, part of the Communication Sciences and Digital Media degree course at Guglielmo Marconi University. She is a member of the editorial board of Armando Editore's "Transmedia" series. She gives thematic lectures and seminars at various universities and participates in national and international conferences. She is the author of essays and book chapters in the sociological field of cultural and communication processes.

Federica Dal Falco

Architetto e PhD in Tecnologie dell'architettura, è professore ordinario di Design presso Sapienza Università di Roma e Direttore del Master Exhibit Design "Cecilia Cecchini". Le principali linee di ricerca sviluppate nell'arco della sua attività scientifica riguardano studi sull'architettura e il design del Novecento, sull'evoluzione degli artefatti, sul design per lo spazio pubblico, sulla comunicazione multimediale del Cultural Heritage. Guest Investigator CIEBA FBAUL (Faculdade de Belas Artes Universidade de Lisboa), è accademico della National Academy of Design (Federazione Russa). Dal 1992, ha pubblicato più di cento lavori tra libri, articoli su riviste in classe A, saggi e curatele. Due volumi e un documentario sono stati selezionati per l'ADI Design Index (2013, 2014, 2022) ricevendo il Premio Eccellenze Design del Lazio con diritto di partecipazione al Premio Compasso d'oro.

Architect and PhD in Architectural Technologies, she is a full professor of Design at the Sapienza University of Rome and Director of the Master Exhibit Design "Cecilia Cecchini". The main lines of research developed during her scientific activity are studies on the architecture and design of the twentieth century, the evolution of artefacts, the design for public space, on multimedia communication of cultural heritage. Guest Investigator CIEBA FBAUL (Faculdade de Belas Artes Universidade de Lisboa) is an academic of the National Academy of Design (Russian Federation). Since 1992, he has published over a hundred works, including books, articles in A-class journals, essays and curatorships. Two volumes and a documentary were selected for the ADI Design Index (2013, 2014, 2022.) receiving the Premio Eccellenze Design del Lazio with participation right to the Compasso d'oro Award.

Raissa D'Uffizi

PhD in Design e docente a contratto dei corsi "Teoria e Storia del Design" e "History of Visual Communication Design" presso l'Università di Roma "La Sapienza". È impegnata in progetti di ricerca su temi della storia del design e della comunicazione visiva italiana, mettendo a fuoco il ruolo della grafica nei processi di promozione pubblicitaria e divulgazione culturale; tra le pubblicazioni più recenti: "La mediazione degli oggetti di design per la casa nelle riviste di progetto. Linguaggi e strategie visive nella comunicazione dei nuovi prodotti industriali (1949-1972)" (2023); "From Italy, with love and splendor". Il design italiano e le riviste di progetto americane tra gli anni Cinquanta e Settanta" (2023), "Dentro l'oggetto". Aldo Ballo per il catalogo di Italy: The New Domestic Landscape (2023) e Memories of Italian Graphic Design History (2023).

PhD in Design and contract lecturer on the courses "Theory and History of Design" and "History of Visual Communication Design" at the University of Rome "La Sapienza". She is engaged in research projects on the history of design and Italian visual communication, focusing on the role of graphics in advertising promotion and cultural dissemination; among the most recent publications: "The mediation of design objects for the home in project magazines. Visual languages and strategies in the communication of new industrial products (1949-1972)" (2023); "From Italy, with love and splendor". Italian design and the American design magazines between the fifties and seventies" (2023), "Inside the object". Aldo Ballo for the catalogue of Italy: The New Domestic Landscape (2023) and Memories of Italian Graphic Design History (2023).

Ludovica Polo

Dottoranda in Scienze del Design all'Università Iuav di Venezia, con una ricerca sui materiali promozionali prodotti dalle fonderie tipografiche europee dal dopoguerra a fine anni '70. Si è laureata in Design della comunicazione al Politecnico di Milano ottenendo anche una doppia laurea con il Politecnico di Torino grazie a un progetto di ricerca sulle font variabili. I suoi principali interessi di ricerca riguardano la storia delle comunicazioni visive, la tipografia e le intersezioni fra arte, progettazione e tecnologia. Parallelamente alle attività didattiche e di ricerca, lavora come visual designer, con un focus sulla grafica per la cultura.

PhD student in Design Sciences at the Iuav University of Venice, with a research on the promotional materials produced by European printing foundries from the post-war period to the end of the 1970s. She graduated in Communication Design at the Politecnico di Milano and also obtained a double degree at the Politecnico di Torino thanks to a research project on variable fonts. Her main research interests are in the history of visual communications, Typography and the intersections between art, design and technology. In parallel to his teaching and research activities, she works as a visual designer, with a focus on graphics for culture.

Vincenzo Maselli

PhD in Design, Vincenzo Maselli è motion designer e ricercatore in Design della comunicazione visiva e multimediale presso l'Università di Roma Sapienza. La sua ricerca indaga i linguaggi del motion design e le qualità materiche dei puppets animati in stop-motion. Ha esplorato questi temi in varie pubblicazioni, tra cui le monografie Design Moving Images (2023), Anatomy of a puppet. Design driven categories for animated puppets' skin (2020), e l'articolo Performance of Puppets' Skin Material: The Metadiegetic Narrative Level of Animated Puppets' Material Surface (2019), vincitore del Norman McLaren-Evelyn Lambart Award 2020 for "Best Scholarly Article on Animation". Nel 2021 è risultato tra i vincitori del BE-FOR-ERC starting grant per il Progetto di ricerca "CCODE - Design, material experiences and stop-motion animation as didactic tools for developing creative thinking and cooperative learning".

Motion designer and PhD, Vincenzo Maselli is a Research in visual communication design Fellow at the Sapienza - University of Rome. His research focuses on animation and motion design languages and materiality in stop motion animation. On these topics he has authored several publications, among which the books Design Moving Images (Bordeaux, 2023) and Anatomy of a Puppet: Design Driven Categories for Animated Puppets' Skin (FrancoAngeli, 2020) and the article Performance of puppets' skin material: The metadiegetic narrative level of animated puppets' material surface (2019), which received the Norman McLaren-Evelyn Lambart Award in 2020. In 2021 he won the BE-FOR-ERC starting grant for the interdisciplinary research project "CCODE - Design, material experiences and stop-motion animation as didactic tools for developing creative thinking and cooperative learning".

Giulia Panadisi

Giulia Panadisi è motion designer e assegnista di ricerca presso l'Università Sapienza di Roma. Ha conseguito un dottorato di ricerca in design nel 2022 sul tema del design della comunicazione animata per l'inclusione sociale. È docente di design della comunicazione e motion design presso l'Università Sapienza di Roma e "G. D'Annunzio" di Chieti-Pescara. La sua ricerca indaga la relazione tra design della comunicazione, inclusione sociale e formazione. Parallelamente al suo lavoro di ricerca e insegnamento presso l'Università, è impegnata nella professione; art-director e motion designer freelance, lavora su progetti nell'ambito della comunicazione di pubblica utilità.

Giulia Panadisi is a motion designer and a research fellow at Sapienza University of Rome. She obtained a PhD in design in 2022 on the topic of animated communication design for social inclusion. She is a professor of communication design and motion design at the Sapienza University of Rome and "G. D'Annunzio" of Chieti-Pescara. Her research investigates the relationship between communication design, social inclusion and education. In parallel with her research and teaching work at the University, she is engaged in the profession; freelance art-director and motion designer, she works on communication projects in the field of public utility communication.

Matteo Ocone

Dopo la laurea al Politecnico di Milano si abilita per la professione da ingegnere e architetto. Attualmente dottorando presso l'Università degli studi di Roma "Tor Vergata" indaga le affinità tra ingegneria, architettura e design in Italia nel Novecento. Collabora con l'Università telematica e-Campus, con il Politecnico di Milano e con alcune riviste in qualità di giornalista pubblicitaria.

After graduating from the Politecnico di Milano he qualified for the profession of engineer and architect. Currently PhD student at the University of Rome "Tor Vergata", he investigates the affinities between engineering, architecture and design in Italy in the twentieth century. He collaborates with the e-Campus telematic university, the Politecnico di Milano and some magazines as a journalist.

Federico O. Oppedisano

Professore Associato in Disegno Industriale presso la Scuola di Ateneo di Architettura e Design "Eduardo Vittoria" dell'Università di Camerino, dove svolge attività didattica e di ricerca. I suoi interessi si concentrano in diversi ambiti del design per la comunicazione: identità visiva istituzionale, comunicazione sociale, comunicazione audiovisiva e multimediale e valorizzazione del territorio. È attualmente impegnato in progetti PNRR e PRIN riguardanti ambienti di apprendimento in Realtà Virtuale Immersiva e strumenti digitali per la valorizzazione del patrimonio culturale.

Associate Professor in Industrial Design at the School of Architecture and Design "Eduardo Vittoria" of the University of Camerino, where he conducts teaching and research activities. His interests are concentrated in different areas of communication design: institutional visual identity, social communication, audiovisual and multimedia communication and valorization of the territory. Currently engaged in PNRR and PRIN projects concerning Immersive Virtual Reality learning environments and digital tools for the valorization of cultural heritage.

Sila Berruti

Lavora a RaiCom alla gestione del patrimonio audiovisivo. Insegna storia e critica del cinema e Analisi del prodotto televisivo presso l'Università di Roma Tor Vergata di Roma e Legislazione dei Media presso Università degli Studi di Udine. Il suo campo di ricerca si concentra sullo studio degli archivi manicomiali, militari e televisivi con un focus sull'uso della cinematografia a scopo didattico. In campo professionale ha lavorato alla ricerca di archivio per diversi registi quali Luca Guadagnino e Marco Bellocchio.

She Works at RaiCom on the management of audiovisual heritage. She teaches history and criticism of cinema and analysis of television products at the University of Rome Tor Vergata in Rome and Media Legislation at the University of Udine. Her research focuses on the study of psychiatric, military and television archives with a focus on the use of cinematography for educational purposes. In the professional field she has worked on the search for archives for several directors such as Luca Guadagnino and Marco Bellocchio.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

Rivista online, a libero
accesso e peer-reviewed
dell'Associazione Italiana
degli Storici del Design
(AIS/Design)

VOL. 11 / N. 21
DICEMBRE 2024

DAL TELECOMANDO ALLA
CITTÀ: DESIGN E TELEVISIONE
DALLE ORIGINI A OGGI
FROM THE REMOTE CONTROL
TO THE CITY: DESIGN AND
TELEVISION FROM ITS ORIGIN
TO THE PRESENT DAY

a cura di Derrick de Kerckhove
e Gabriele Neri

ISSN
2281-7603

