

Un libro, un caso

a cura di Fabio Ranchetti

Il lato debole di una televisione forte

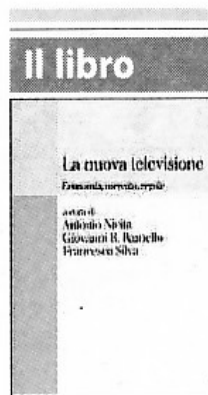
Lo studio di Nicita, Ramello e Silva fotografa l'evoluzione del sistema. E indica un futuro su Internet

C'era una volta la Paleotelevisione. Così, nell'ormai lontano 1983, commentava Umberto Eco la rivoluzione televisiva degli anni Ottanta e introduceva l'era della «Neotelevisione caratterizzata dalla moltiplicazione dei canali, dalla privatizzazione, dall'avvento di nuove diavolerie elettroniche».

Questo libro, curato da Nicita, Ramello e Silva analizza l'evoluzione del sistema televisivo in questi anni e indica le prospettive più attuali. Non è un libro facile; Eco aveva ragione: le diavolerie ci so-

no. Ma gli autori ci aiutano a interpretarle. Secondo i curatori, e non si può non concordare con loro, la «nuova televisione» è «figlia del cambiamento tecnologico che ha reso oggi comunicanti i settori, un tempo separati e distinti, dell'intrattenimento, delle telecomunicazioni e dell'*information technology*».

Io aggiungerei esplicitamente, ma nel libro ci sono molti spunti in questo senso, il connesso cambiamento culturale. Faccio subito un esempio. Da un recentissimo (è della settimana scorsa) son-



A. NICITA, G. B. RAMELLO, F. SILVA
LA NUOVA TELEVISIONE
Il Mulino, 384 p., 29 €

daggio per il sito de *lavoce.info* si scopre che se 26 milioni sono oggi gli internauti italiani, la televisione resta il mezzo principale da cui essi attingono le notizie (77,1% delle risposte). Internet arriva al secondo posto, ma con un enorme distacco (7,7%). Tuttavia, ecco la cosa interessante, quando si è alla ricerca di notizie e fonti attendibili e (considerate) non faziose, Internet passa al 70% e la televisione rimane confinata a un me- ro 19%.

Questi dati colgono quello che giustamente Francesco

Silva chiama «il lato debole» della televisione, ciò che la rende vulnerabile rispetto ad altri media emergenti «che offrono all'utente un ruolo più attivo e informazioni più mirate». Non è facile prevedere quale possa essere il destino della televisione. Una possibile e promettente direzione è quella dell'Iptv (*Internet protocol tv*), ovvero della distribuzione di contenuti audiovisivi digitali verso un apparato televisivo in modalità interattiva attraverso una connessione Ip (*Internet protocol*).

In altri termini, «la Iptv vei-

fabio.ranchetti@fastwebnet.it

cola contenuti audiovisivi sulla stessa infrastruttura di trasporto usata per Internet, ma si differenzia dalla cosiddetta Internet Tv in quanto la fornitura di servizi avviene attraverso una distribuzione chiusa, dove l'operatore di rete controlla la distribuzione dei contenuti solo verso i clienti con indirizzo Ip conosciuti».

Attualmente, il mercato europeo della Iptv è ancora abbastanza limitato, ma è in forte crescita, come dimostrano il lancio da parte di British Telecom di un'offerta di Iptv — Bt Vision — che comprende anche i servizi di Vod (un altro acronimo diabolico, che significa semplicemente il servizio di pay-Tv che consente ai clienti di fruire di *video-on-demand*), e l'offerta francese di Iptv in collaborazione tra France Telecom e

Tf1. In conclusione, ma non c'è da stupirsi, il futuro della televisione appare sempre più strettamente connesso a quello di Internet, e del telefonino che li mette insieme.

Gli autori

Antonio Nicita insegna Politica economica a Siena. Giovanni B. Ramello e Francesco Silva insegnano Economia applicata all'Università del Piemonte orientale e a Milano-Bicocca.

