

RIASSUNTO TESI

Il tempo che ci separa dalla rivoluzione digitale terrestre è davvero minimo. Entro pochissimi anni tutti i cittadini italiani diranno addio al proprio televisore o, quantomeno, lo affiancheranno ad un piccolo apparecchio in grado di ricevere il segnale digitale: un segnale che permetterà di moltiplicare gli attuali canali nazionali e di creare una nuova comunicazione a due vie, unendo le grandi potenzialità di internet con la naturale semplicità della TV. I telespettatori di oggi, e soprattutto coloro che in questi anni non hanno voluto o potuto acquistare un'antenna parabolica e sottoscrivere un abbonamento alla pay-TV, verranno proiettati in una dimensione nuova, più ampia, della comunicazione televisiva. I vantaggi concreti andranno dalla possibilità di partecipare da casa a quiz e show televisivi all'accesso ai servizi amministrativi pubblici.

Ma c'è di più. Per una volta, questa innovazione non sarà il frutto della semplice clonazione nel nostro paese di un modello già sperimentato con successo all'estero. Il digitale terrestre, infatti, vive il curioso paradosso di essere universalmente considerato un approdo tecnologico irrinunciabile, ma al tempo stesso un modello non facile da applicare, anche in virtù degli esperimenti non proprio felici tentati in altri Paesi. L'Italia ha la legittima presunzione di poter mostrare agli altri il modello vincente e la formula più completa per mettere in pratica questa tecnologia, e ha perciò ridotto al minimo i tempi di attesa e sperimentazione in vista del completo passaggio alla nuova dimensione "all digital". Non è semplice comprendere con immediatezza le ragioni di questo ottimismo e delineare il futuro che sta per realizzarsi. La televisione sta mutando il suo DNA e gli italiani, che la seguono con un entusiasmo e un affetto che non ha eguali al mondo, con questo studio esposto di seguito hanno l'occasione di capire come e perché. Molto presto, quella che oggi chiamiamo televisione, si trasformerà in qualcosa di profondamente diverso. Tra il 2006 ed il 2010, infatti, l'Europa spegnerà il segnale analogico per passare al digitale, continuando a sfruttare gli impianti di diffusione terrestre: chi prima, come l'Italia, che ha fissato l'anno 2006, e chi dopo, come il Regno Unito e la Spagna, per i quali lo *switch off*, lo spegnimento del segnale analogico, avverrà entro la fine dell'anno 2010. L'industria audiovisiva è stata uno degli elementi che hanno definito il ventesimo secolo. In vista della fine del secolo l'industria è prossima ad una trasformazione, una sorta di rivoluzione. Come l'introduzione del sonoro - e poi del colore - hanno trasformato l'industria cinematografica, così ci troviamo oggi sulla soglia di una nuova era introdotta dalla tecnologia digitale. Si tratta di un riesame tempestivo. I mutamenti conseguenti all'avvento della tecnologia digitale saranno davvero profondi. Al mondo analogico della scarsità di frequenze se

ne sostituirà uno in cui saranno disponibili centinaia di stazioni televisive e radiofoniche digitali. L'interattività risulterà accresciuta e gli utenti potranno vedere dei programmi "a richiesta" e persino organizzare i propri palinsesti. Ai telespettatori sarà offerta una grande quantità di servizi nuovi o migliorati, quali il teleshopping, servizi finanziari, posta elettronica e persino l'accesso a Internet. L'elemento di massimo rilievo è che la domanda di contenuti audiovisivi registrerà un enorme incremento. Il mercato audiovisivo si trova ad una svolta; il futuro è complesso e molto difficile da prevedere. Ecco perché per elaborare politiche adatte all'era digitale, la Commissione deve avvalersi di un gruppo dotato del massimo livello di perizia disponibile. Gli sviluppi tecnologici stanno portando anche alla fusione delle piattaforme, tradizionalmente distinte, di fornitura di immagini, testi, suono e voce. Nel mondo on-line, Internet già consente ai suoi utenti di accedere, a un livello qualitativo ragionevole, a determinati servizi televisivi. Nei prossimi anni è possibile che la crescente rapidità di trasmissione dei dati ed i conseguenti miglioramenti qualitativi delle immagini consentiranno di distribuire su web contenuti a canone, per esempio lungometraggi. È nel mondo della radiotelediffusione, tuttavia, che le imprese europee del settore avranno i loro maggiori punti di forza. Secondo una visuale al tempo stesso industriale e culturale, è d'importanza vitale che l'Europa si avvalga della "finestra di opportunità" che la nostra epoca ci offre per rendere la radiotelediffusione digitale un importante medium in Europa. Ciò è essenziale affinché le emittenti ed i produttori europei siano in grado di competere in un mondo nel quale i materiali audiovisivi possano essere diffusi secondo modalità uniformi e in contemporanea su ogni piattaforma. In tutti gli Stati membri vigono disposizioni giuridiche sui "media" e, in genere, normative più specifiche, alcune delle quali molto minuziose, sulla "radiotelediffusione". Di norma tale corpus giuridico si applica al tempo stesso alle emittenti pubbliche e private, costituendo così il quadro giuridico per l'esercizio delle attività di radiotelediffusione. Inoltre, allo scopo di assicurare che tale normativa venga attuata, da lungo tempo pressoché tutti gli Stati membri riconoscono la necessità di creare, nel settore audiovisivo, organi di regolamentazione indipendenti dal potere politico. Ogni qual volta ci troviamo di fronte ad una straordinaria trasformazione tecnologica si confrontano due approcci diversi: quello cosiddetto continuista secondo cui la nuova tecnologia può essere integrata nel paradigma tecnico-contenutistico già esistente; e quello che considera, invece, la nuova tecnologia come portatrice di un "paradigma" del tutto nuovo.

Per il digitale terrestre è quest'ultimo l'approccio giusto: con il digitale siamo infatti di fronte ad un processo di cambiamento che investe il modo stesso di essere della società e che sta riorganizzando e riordinando non solo l'ambito dei media. In questo ambito, di fronte ai mutamenti e alle accelerazioni tecnologiche in atto, risulta, ormai limitante e restrittivo riferirsi al solo "sistema

televisivo”, mentre sembra più appropriato far riferimento al “sistema dei media” nel suo complesso. Con il digitale “a regime” ci troveremo, quindi, di fronte non solo ad una innovazione di prodotto, cioè al cambiamento dalla tv generalista alla tv interattiva, ma ad una vera e propria innovazione di sistema. Questo non contraddice il fatto che il televisore digitale ponga oggi la sua autorevole candidatura ad essere il “terminale universale”, in ogni parte del mondo e per ogni classe sociale; e penso che lo sarà per molto tempo ancora. Ecco perchè la tv digitale terrestre, sulla base di questa sua potenziale capillare universalità, può essere anche, uno degli strumenti più efficaci per combattere il digital divide, dentro e fuori le frontiere nazionali. Nel presupposto quindi che il digitale non sia né un mero miglioramento né un mero allargamento dell’analogico, ma una “lingua” del tutto nuova e diversa, è necessario ripercorrere il complesso processo al digitale partendo da una formula ormai universalmente acquisita: il digitale nella televisione è il fattore che porta in pari tempo qualità e quantità: da una parte più canali, e dall’altra nuovi prodotti e linguaggi figli dell’interattività. La convergenza delle tecnologie verso la nuova frontiera digitale non è soltanto la grande sfida della società della comunicazione, ma rappresenta un processo che, più o meno silenziosamente, sta penetrando nelle sue diverse forme all’interno delle case italiane e nel tessuto sociale. Nell’arco di pochi anni sarà completato il cammino di integrazione dei media che darà luogo a un articolato, e allo stesso tempo semplice, sistema globale di produzione, archiviazione, distribuzione e consumo delle informazioni, destinate a viaggiare rapidamente e in formati compatibili su reti a larga banda, via cavo o via etere.

Incrociare i percorsi di tecnologie vicine, ma eternamente parallele, dare vita a una zona franca in cui tutti i mezzi di comunicazione che conosciamo diventeranno duttili, intercambiabili e aperti a ricevere immediatamente le novità che si affacciano sulla scena. La convergenza, accademicamente definita come la “capacità di differenti piattaforme di rete di gestire servizi di tipo fondamentalmente simile” – per far tutto questo si basa su una ricetta apparentemente semplice: utilizzare tecnologie identiche per mettere in relazione settori fino ad oggi tenuti distinti. Una rivoluzione resa possibile dalla tecnologia numerica, in grado di rendere omogenei, e perciò veicolabili sugli stessi canali, mezzi di comunicazione storicamente separati e, in particolare, i mondi della telefonia, dei personal computer e della televisione. Il segreto della digitalizzazione è la capacità di trasformare in bit immagini in movimento, testi o suoni e di renderli percepibili parallelamente da tutti i mezzi di comunicazione di cui la società già dispone. Lo sviluppo delle tecnologie digitali rende possibile la conversione dei diversi tipi di informazione in messaggi binari codificati, che possono essere combinati, immagazzinati, manipolati e trasmessi con la massima

velocità ed efficienza su ogni tipo di rete, sia fissa sia mobile, senza che i vari passaggi intacchino la qualità dei contenuti. E' bene arrendersi all'evidenza: la televisione che conosciamo, nonostante la rivoluzione digitale in corso, è e rimarrà sempre il medium più importante. I dati emersi dal Secondo Rapporto sulla Comunicazione, curato dal Censis nell'ottobre scorso, individuano una vasta fascia trasversale che, da nord a sud e attraverso tutte le classi sociali, si nutre quasi esclusivamente di TV generalista. Non c'è Internet o telefonia mobile che tenga: esiste ancora una larga schiera di italiani che vive di televisione e stenta a familiarizzare con espressioni come "interattività", "banda larga" o "Umts". Si sta creando un cultural divide che si aggiunge al digital divide perché costituisce un ostacolo al consumo anche di media diversi da quelli elettronici ed è probabilmente attribuibile alla mancanza di strumenti di base adeguati. Gli unici messaggi realmente captati da tutti, ma proprio tutti, restano quelli televisivi. Un successo che non conosce barriere: è la TV tradizionale via etere, non certo quella a pagamento e non ancora quella digitale terrestre, il solo vero trait d'union che fa comunicare il paese. E da molti, paradossalmente, viene indicata come l'unico mezzo in grado di far approdare quella stessa parte degli italiani alle meraviglie del digitale terrestre in modo semplice e soft. Ed è proprio la televisione che conosciamo che ha oggi il dovere di aiutare la fetta d'Italia più tradizionalista a colmare il gap: esattamente come fece negli anni Cinquanta, quando contribuì a sconfiggere l'analfabetismo.

È stato sottolineato da più parti come la convergenza tra i settori delle telecomunicazioni, televisivo e informatico potrebbe dare origine a una diversa organizzazione della società, strettamente legata alla diffusione delle informazioni, intese come espressione della conoscenza umana, il cui valore non è solo economico, ma anche strategico, sociale e funzionale. Le principali caratteristiche della nuova configurazione sociale, generalmente indicata come la «società dell'informazione», dipendono dalle modalità con cui si determinerà l'integrazione tra tali settori e, in particolare, dalla tecnologia che risulterà prevalente.

Le principali infrastrutture di comunicazione esistenti in Italia sono: *le infrastrutture per la trasmissione via etere*. In quanto bene pubblico, e al tempo stesso risorsa scarsa, l'impiego dell'etere è sempre stato considerato riserva di Stato. In particolare, l'articolo 3 della legge 6 agosto 1990, n. 223 (la cosiddetta legge Mammì) dispone che l'allocazione dello spettro elettromagnetico sia disciplinata dal piano nazionale di ripartizione e dal piano nazionale di assegnazione delle frequenze. In particolare, il piano nazionale di ripartizione individua le bande di frequenza utilizzabili dai diversi servizi di comunicazione (telefonia, trasmissione dati, radiodiffusione sonora e televisiva), mentre il piano nazionale di assegnazione delle frequenze, nel rispetto delle indicazioni contenute nel piano nazionale

di ripartizione, determina le aree di servizio degli impianti di radiodiffusione sonora e televisiva, assicurando la ricezione senza disturbi in tali aree del maggior numero possibile di programmi radiotelevisivi. La pianificazione delle frequenze è il presupposto per il rilascio da parte del Ministero delle poste e delle telecomunicazioni delle concessioni per l'installazione e l'esercizio di impianti di radiodiffusione sonora e televisiva a soggetti pubblici e privati.

In Italia, le frequenze dell'etere sono da sempre state quasi esclusivamente utilizzate per fornire servizi al pubblico radiotelevisivi. Le frequenze non utilizzate per la trasmissione del segnale radiotelevisivo sono invece state impiegate per creare le infrastrutture di rete, come ponti radio e sistemi satellitari, oppure sono state riservate ad applicazioni militari. Solo di recente, con lo sviluppo della tecnologia cellulare, le frequenze dello spettro elettromagnetico sono state destinate anche ai servizi al pubblico di telecomunicazioni. Si tratta dei servizi di comunicazione radiomobile che possono utilizzare i sistemi Tacs e Gsm. È inoltre prevista l'introduzione a breve dei sistemi Dcs 1800, Dect e Mmds. Ad oggi, tutte le frequenze dello spettro elettromagnetico risultano allocate. Al riguardo va osservato che anche in Italia si sta verificando quanto previsto nel cosiddetto paradosso di Negroponte. Si registra infatti un'inversione di tendenza rispetto all'originario utilizzo delle tecnologie di trasmissione del segnale tra servizi radiotelevisivi e servizi di telecomunicazioni, per cui sembra che il ricorso all'utilizzazione delle frequenze dell'etere possa costituire il futuro delle telecomunicazioni, mentre le infrastrutture di rete via cavo possa diventare il canale privilegiato dell'industria radiotelevisiva.

Le infrastrutture per la trasmissione via satellite. Attualmente, anche il ricorso al satellite come mezzo di trasmissione alternativo all'etere è circoscritto alla diffusione del segnale radiotelevisivo, interessando il settore delle telecomunicazioni solo limitatamente ai servizi tradizionali, quali l'interconnessione tra le reti telefoniche fisse commutate dei diversi paesi, le comunicazioni aeronautiche e le previsioni meteorologiche. Per quanto riguarda le infrastrutture per la trasmissione via satellite, non esistono attualmente sistemi satellitari realizzati e gestiti da operatori italiani, essenzialmente in ragione delle enormi difficoltà che gli operatori del settore hanno incontrato fino ad oggi nella raccolta di risorse finanziarie, in assenza di un quadro normativo certo. Sull'intero territorio nazionale, tuttavia, possono essere ricevuti i segnali trasmessi da satelliti gestiti da operatori europei. Tra questi si segnalano in particolare Eutelsat (*European Telecommunications Satellite System*) e Ses (*Société européenne des satellites*). Eutelsat, un consorzio costituitosi nel 1977 al quale partecipano i Ministeri delle poste europei e le società concessionarie delegate, si occupa del finanziamento, delle attività di costruzione e lancio dei satelliti, oltre che della gestione commerciale dei *trasponder*. Inizialmente tutti i *trasponder* di Eutelsat erano destinati ai servizi di telecomunicazione,

con la sola eccezione dell'interscambio di programmi televisivi tra le emittenti dei paesi membri dell'Unione europea di radiodiffusione (Ebu), mentre dal 1982 sono utilizzati per distribuire soprattutto segnali televisivi. Il consorzio gestisce sette satelliti geostazionari, per un totale di 114 *trasfonder*. Ad oggi solo gli organi istituzionali o le società concessionarie delegate possono affittare i *trasfonder* dei satelliti di Eutelsat. Per l'Italia, il soggetto autorizzato è Telecom Italia che stabilisce, senza alcun benestare da parte del Ministero delle poste, il numero dei *trasfonder* che intende subaffittare, la durata temporale e le condizioni contrattuali. Anche se è prevedibile per il futuro la possibilità per i singoli operatori di rivolgersi direttamente a Eutelsat, al momento è ragionevole ritenere che sia Telecom Italia l'unico gestore della capacità di trasmissione via satellite esistente. I soggetti che dispongono di *trasfonder* Eutelsat ottenuti in affitto da Telecom Italia sono Rai, Fininvest, Telemiù e Stream. Il secondo operatore satellitare europeo è Ses, una società a capitale privato lussemburghese, che per prima ha introdotto il sistema di trasmissione televisiva diretta via satellite in Europa. Ses gestisce sei satelliti geostazionari, per un totale di 108 *trasfonder*. Non risulta che operatori italiani abbiano affittato *trasfonder* sui satelliti Ses. Quanto alle politiche di sviluppo della capacità di trasmissione satellitare, Eutelsat ha lanciato un satellite nel 1996, Hotbird 2 dotato di 20 *trasfonder* e prevede il lancio di altri 2 satelliti nel 1997, Hotbird 3 e Hotbird 4, anch'essi dotati di 20 *trasfonder*. Ses, invece, ha previsto di introdurre, già a partire dal 1997, modalità di trasmissione digitale che le permetteranno di quadruplicare la capacità di trasmissione degli attuali *trasfonder*. Le tecnologie di trasmissione satellitare attualmente in fase di sperimentazione manifestano grosse potenzialità. Le reti satellitari di telecomunicazioni sembrerebbero in grado, in prospettiva, di offrire all'utente la possibilità, con un apparecchio del tutto simile a un telefonino cellulare e un unico numero telefonico, di comunicare con un qualsiasi abbonato della rete, ovunque si trovi nel mondo. Tali infrastrutture, permettendo collegamenti diretti con gli utenti dei servizi cellulari e, per il tramite delle reti pubbliche commutate, con tutti i telefoni fissi, potrebbero quindi diventare, in un prossimo futuro, concorrenti di quelle tradizionali, soprattutto laddove le reti fisse terrestri presentino problemi di affollamento o di scarsa qualità.

Le infrastrutture per la trasmissione via cavo. Le infrastrutture di rete via cavo attualmente presenti sul territorio nazionale sono destinate prevalentemente alla trasmissione di voci e dati. Nella prima metà degli anni Settanta, stante la riserva allo Stato dell'attività di trasmissione del segnale radiotelevisivo via etere, il cavo rappresentava in teoria l'unica alternativa possibile per gli operatori privati di esercitare tale attività. Tuttavia, l'esistenza di una normativa che consentiva la diffusione del segnale radiotelevisivo via cavo solo per trasmettere un unico canale ha di fatto impedito l'affermarsi della televisione via cavo.

Il punto di partenza del discorso sono naturalmente le trasformazioni tecnologiche generate dalla digitalizzazione. Nuovi media (come il computer o internet, i videogiochi o i lettori MP3) e versioni aggiornate dei media tradizionali (come il DTT, ma anche il DAB che gli corrisponde nella radiofonia, i cellulari di seconda e terza generazione, i CD, i giornali on-line, per non parlare del film o dell'audiovisivo in genere distribuito in DVD o DVX oppure on-line) costituiscono uno scenario complesso ma unitario, caratterizzato da una forte compatibilità fra i prodotti circolanti (file immagine, o musicali o audiovisivi o dati), le interfacce (con stilemi ricorrenti) e i diversi hardware specializzati.

Ma la caratteristica principale che la digitalizzazione offre ai media nel loro complesso è quella di sganciare un determinato medium da una specifica piattaforma tecnologica, e viceversa. Per una lunghissima stagione, si è infatti definito un medium sulla base della saldatura fra una certa tecnologia, un certo linguaggio e determinate condizioni di fruizione. La diffusione di Internet e i progressi delle tecnologie dell'informazione hanno modificato sostanzialmente l'economia, contribuendo a ridefinire la strategia delle organizzazioni, i prodotti e i servizi offerti. L'avvento del digitale terrestre ha forgiato una "economia dei servizi", per molti versi percepita come una vera e propria rivoluzione, di portata simile alla rivoluzione industriale, e come tale in grado di creare un nuovo ordine, dove al consumatore globale promette di diventare sovrano e alla democrazia di raggiungere le sue forme più alte. Con il digitale cambia il modo di comunicare, di pensare e, di conseguenza, di esercitare le attività economiche.

Fermo restando che la prevalenza di un modo di produrre e di una conseguente "cultura" non comporta la sparizione delle altre attività, che rimangono quasi sempre essenziali nei confronti dei bisogni che soddisfano, per quanto svolte in modo diverso rispetto al passato, ogni era ha accompagnato un secolo, generazioni di persone e di imprese, trasformando e combinando i fattori produttivi in modo da servire le esigenze dell'uomo e creare ricchezza utilizzando le conoscenze e le tecnologie del tempo. Nel corso dei decenni, infatti sulla scena "storica" dell'economia si sono avvicendati molti e diversi sistemi tecnologici, di volta in volta generati dalla prevalenza delle attività che svolgevano o dalla cultura "produttiva" predominante (agricola, industriale...) ma, soprattutto, da definizioni diverse, spesso contrastanti, delle loro componenti. Nell'economia agraria, ad esempio, la terra e la forza lavoro restano i fattori produttivi principali, così come l'economia industriale ha visto la creazione della ricchezza nelle fabbriche e l'economia finanziaria nei mercati. Queste imprese, che in larga misura si riducono alla old-economy, sono qualificate dal capitale, lavoro, infrastrutture, dalla massima attenzione sulla minimizzazione dei costi e da una

struttura capitalistica basata sulla creazione, la lavorazione e la distribuzione di energie. In particolare predominano gli asset fisici. Il digitale ha però portato mutamenti in un settore particolare: l'audiovisivo. Esso sta vivendo un processo di integrazione tra i diversi media. La convergenza tecnologica e l'interattività mettono in discussione il tradizionale rapporto tra produttore e consumatore, straripando verso la convergenza degli attori coinvolti nei vari processi. Modificando i processi di produzione e le relazioni tra consumatore e produttore, la comunicazione mette in discussione anche i saperi al lavoro o, meglio, i saperi prodotti e i poteri distribuiti a livello globale.

L'estrema pervasività delle tecnologie modifica necessariamente le professioni maggiormente esposte a specifici mercati, l'audiovisivo per esempio, e invita, tuttavia, a una ridefinizione anche in ambiti apparentemente distanti, come quelli legati all'automazione della casa e alla gestione dell'energia. Lo sviluppo di un'economia digitale ha portato importanti effetti anche nelle tecnologie per l'automazione della casa, rivedendo percorsi di progettazione, contenuti e competenze e perseguendo risultati positivi nell'uso di risorse scarse quali proprio l'energia. Il processo di digitalizzazione è analizzato guardando alle alte professioni che operano nei servizi per l'ICT con l'obiettivo di comprenderne caratteri di continuità e di innovazione rispetto al passato.

Fino a metà degli anni Novanta la televisione generalista italiana, nel suo assetto a due (due soli broadcaster a tre reti ciascuno, che si spartiscono il 90% delle risorse e dell'audience), è riuscita ad evitare che si affermassero in Italia forme alternative di diffusione del segnale televisivo, peraltro diffuse da decenni come il cavo, che avrebbero comunque messo in discussione questo equilibrio, ritenuto da loro il migliore possibile e per questo stabile.

Tale assetto era fondato su un ruolo centrale dei broadcaster, e particolarmente dei due principali, e su un modello di business impostato su una forte capacità di autoproduzione di programmi prevalentemente da studio, caratterizzati in senso nazionale e linguistico, con sostanziosi intarsi di materiale di acquisto, prevalentemente di fiction e particolarmente americana. Il finanziamento avveniva attraverso il canone e i ricavi pubblicitari per il servizio pubblico (con un rapporto fra le due grandezze in cui la pubblicità ha superato il 50%), e tramite la sola pubblicità per il segmento commerciale, in quote superiori alla sua presenza sul mercato (audience) grazie al divieto per il servizio pubblico (tetti e limiti orari stabiliti dal Parlamento) di raccogliere tutta la pubblicità che fisiologicamente la sua quota di mercato gli avrebbe assegnato.

Mantenere stabile tale assetto è stato possibile finché si è rimasti in ambito analogico. A metà degli anni Novanta, con una rapida transizione che dura meno di un decennio (comprensivo dello shock

riassorbito dell'11 settembre 2001), l'avvento anche in Italia delle tecnologie digitali nel settore della diffusione televisiva (e non più soltanto della produzione) modifica radicalmente tale stabilità. Vengono rapidamente messe in campo molteplici modalità alternative di offerta televisiva che contengono in sé modelli di business diversi rispetto a quello, consolidato, dei broadcaster pubblici o privati europei. La televisione digitale ha varie forme, in parte condizionate dagli sviluppi tecnologici, dalle normative, dallo stato delle reti, dall'offerta televisiva delle singole aree del mondo. Come abbiamo visto, la televisione digitale rappresenta un deciso affinamento rispetto a quella analogica, ma non tutte le sue forme sono uguali. Rispetto alle altre piattaforme di Tv digitale disponibili, le caratteristiche della IPTV emergono come superiori, sia in riferimento al numero di programmi disponibili, sia alla qualità e ai livelli di interattività.

Essa appare come la forma di consumo televisivo su televisore più vicina alle funzioni e alla cultura di Internet. La fruizione della IPTV, nei suoi vari contenuti, canali e servizi tiene pienamente conto del decollo di Internet come piattaforma di comunicazione in generale e come strumento di distribuzione di programmi audiovisivi in particolare.

L'argomento centrale di questo intervento è la web tv, ossia la televisione fruibile sulla rete internet. Un medium innovativo che viene dal basso, che non è frutto delle politiche di un governo o di una azienda, ma che si sta sviluppando lentamente e contemporaneamente in ogni parte del mondo. La web tv è globale sotto vari aspetti: per la sua diffusione, per l'infrastruttura che la supporta, per i singoli contenuti che possono essere fruiti ovunque. Il mio obiettivo è analizzare un momento particolare dello sviluppo delle web tv: la loro trasformazione da semplice veicolo di contenuti audiovisivi a medium con un proprio linguaggio e stile comunicativo.

Digitale terrestre, televisione satellitare e cavo sono le tre tecnologie più conosciute della televisione digitale. Negli ultimi anni si è diffusa la web television, o IPTV, la televisione fruibile tramite internet protocol, ovvero sulla rete internet. L'utente, accedendo a un sito web, può visualizzare in streaming filmati, in diretta o in video on demand, a pagamento o in free view. È un nuovo modo di fare e di vedere la televisione digitale, che permette di coniugare la semplicità del mezzo televisivo con le grandi potenzialità della rete.

La nascita della televisione digitale, al di là dei modelli adottati, ha portato alla ribalta due novità sostanziali, che lo sterminato popolo dei teleutenti sta lentamente imparando a conoscere: la multicanalità e l'interattività. Fino a non molto tempo fa tutti i canali erano a loro modo generalisti. L'Italia del duopolio televisivo e delle mille emittenti private a carattere locale sembrava non avere la stessa necessità degli Stati Uniti di tematizzare i canali, approfondire gli argomenti e

personalizzare il rapporto col mezzo televisivo. Gli sforzi delle nostre pay-TV e i progressi silenziosi delle televisioni satellitari sono riusciti a dischiudere agli utenti le gioie di una piattaforma multicanale, prefigurando, anche se in forma ancora embrionale, lo sviluppo che il digitale terrestre apporterà indistintamente all'intero sistema: una moltiplicazione "democratica" e uniforme delle frequenze che, trasformando il segnale da analogico in digitale, consentirà di trasmettere fino a cinque canali digitali al posto di uno.

Particolare interesse e polemica ha suscitato la vicenda della possibile creazione di una piattaforma digitale unica. Nel momento in cui questo articolo viene consegnato per la pubblicazione, non è dato ancora di sapere quali saranno le diverse alleanze che gli operatori concluderanno nel nostro paese. Appare peraltro di particolare interesse ripercorrere le ragioni di tutela della concorrenza che hanno di fatto impedito la realizzazione di una piattaforma unica, come inizialmente si era progettato.

La possibilità di creare una piattaforma digitale unica è stata desunta dalla disposizione normativa secondo la quale la società concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e la società concessionaria del servizio pubblico di telecomunicazioni possono partecipare, tra loro congiuntamente, a una piattaforma unica per trasmissioni digitali via cavo e via satellite e per trasmissioni analogiche in forma codificata su reti terrestri, mediante accordi di tipo associativo coinvolgendo anche altri operatori di comunicazione (art. 2, comma 19 della legge Maccanico). Con tale previsione, infatti, il legislatore sembrava auspicare la nascita di un unico grande operatore nazionale di televisione digitale con capitale a maggioranza italiana, come strumento per agevolare l'innovazione tecnologica e rafforzare l'industria nazionale dei programmi. Tuttavia, rimanevano pienamente applicabili la normativa comunitaria e quella nazionale a tutela della concorrenza e del mercato e proprio in considerazione delle implicazioni concorrenziali di non poco rilievo connesse al progetto di una piattaforma digitale unica, l'ipotesi di un accordo tra i principali operatori del settore delle comunicazioni, secondo le linee delineate in ambito politico al momento della stesura della legge, appare inattuabile.