

## PREFAZIONE A DUE VOCI

Lo sviluppo della Dtt, in Italia un po' come in tutta Europa, è un caso quasi unico di innovazione tecnologica decisa dalle istituzioni, e per di più da un'istituzione transnazionale come l'Unione Europea.

Come si ricorderà<sup>1</sup>, la scelta del digitale terrestre come standard di innovazione televisiva discende essenzialmente dalla volontà di liberare frequenze sino ad allora occupate dall'analogico, con almeno due (potenziali) benefici effetti: da un lato consentire l'ingresso di nuovi soggetti, e di conseguenza aumentare il pluralismo del sistema televisivo; dall'altro mettere in condizione gli Stati di vendere le frequenze opportunamente liberate, con un consistente vantaggio economico.

In Italia, in particolare, è sempre valso il sospetto che la scelta della Dtt come standard di digitalizzazione televisiva fosse imparentata con l'esigenza di bypassare alcune sentenze che avrebbero obbligato un canale Rai e un canale Mediaset a trasferirsi sul satellite. Ma questa lettura – di per sé non peregrina – rimuove comunque la dimensione europea della questione.

Invece, può essere utile soffermarsi sulla variabile impazzita che la nascita della Dtt ha messo in campo, e che ha violentemente scosso il sistema televisivo, nel nostro Paese e fuori.

In primo luogo, la televisione digitale terrestre è stata presentata da principio come un semplice aggiornamento tecnologico della tradizionale televisione analogica: più canali, ma sostanzialmente stessi contenuti, con l'aggiunta dell'interattività. In questo senso sono stati concepiti gli sciagurati incentivi all'acquisto dei decoder: sciagurati perché hanno finito per finanziare gli *early adopters* (che avrebbero comprato il decoder comunque, come insegna la teoria dell'innovazione, da Rogers in poi), e perché hanno configurato un aiuto di Stato presto entrato nel mirino delle istituzioni europee. Comunque, al di là degli incentivi più o meno opportuni, sta di fatto che questo sogno si è scontrato con la dura realtà: l'interattività non ha funzionato; la stessa Dtt ha cambiato ben presto la propria natura.

L'interattività: è bassa, tecnologicamente insoddisfacente per i *techno fans* che navigano su internet o giocano con piattaforme di videogiochi ormai sofisticatissime; irrilevante per i vecchi *aficionados* dell'analogico, scarsamente interessati, quando non sinceramente intimoriti dall'innovazione tecnologica. La natura generalista della Dtt:

<sup>1</sup> I temi di cui si discute qui sono stati abbondantemente trattati in due volumi finanziati dall'Unione Europea: F. COLOMBO (a cura di), *Television and Interactivity in Europe. Mythologies, Theoretical Perspectives, Real Experiences*, Vita e Pensiero, Milano 2004 e F. COLOMBO - N. VITTADINI (a cura di), *Digitising Tv. Theoretical Issues and Comparative Studies across Europe*, Vita e Pensiero, Milano 2006.

che è andata modellandosi invece non sulle intenzioni delle istituzioni europee e nazionali, quanto piuttosto sulla situazione concorrenziale dei mercati locali: così Mediaset ha impiantato sulla propria offerta il ceppo sia delle televisioni tematiche, sia quello dell'offerta a pagamento, scegliendo la competizione con Sky.

Ed eccoci al secondo punto: la scelta istituzionale dello standard terrestre non ha certo fermato lo sviluppo delle altre piattaforme<sup>2</sup>, siano esse il satellite o la banda larga. Così, la situazione ha finito per generare due effetti: da un lato una crescente complessificazione delle piattaforme, più o meno integrate e/o in concorrenza fra loro; dall'altro lo sganciamento progressivo dei contenuti dalla singola piattaforma, tanto da mettere in discussione la stessa tradizionale idea di medium.

In questa chiave vanno lette le ricerche di cui si dà conto in questo numero monografico di «Comunicazioni sociali»: un contributo alla comprensione di un fenomeno complesso, che sta modificando alle fondamenta la grande arena pubblica che per molti decenni abbiamo chiamato televisione.

*Fausto Colombo*

La televisione digitale terrestre in Italia appare una sorta di cantiere ancora aperto: alcuni edifici sono già stati costruiti ma sono poco abitati; altri non sono stati iniziati, altri ancora lasciati a metà o portati avanti con poco entusiasmo. Le vicende istituzionali, lo slittare dello *switch off* e il protrarsi dello *switch over*, non sono sufficienti a spiegare quanto sta accadendo: anzi, semmai esse stesse vanno spiegate e ricondotte a ragioni di carattere più generale. Tali ragioni vanno cercate nella natura stessa della Dtt in quanto istituzione mediale; ma, anche su questo occorre intendersi. A prima vista si potrebbe ricondurre l'incertezza che circonda la Dtt alla *povertà* del nuovo mezzo: per esempio alla scarsa interattività, alla tendenza a riproporre in chiave tecnologicamente aggiornata programmi e forme di interazioni preesistenti ecc. A mio avviso è vero esattamente l'opposto: la Dtt sta attraversando una lunga fase di inserimento riconoscibile nel contesto mediale e sociale in quanto *presenta troppe opportunità contemporaneamente*. Cerco di spiegarvi meglio.

La complessità dell'offerta mediale costringe attualmente i differenti mezzi a ricorrere a nuovi e chiari principi di individuazione. I criteri e le strategie per cui un mezzo si rende riconoscibile e individuabile sono sostanzialmente tre. Chiamerò il primo criterio *focalizzazione*: il mezzo propone un'esperienza coinvolgente che si sovrappone all'ambiente reale e lo pervade più o meno completamente in modo da costruire percorsi precisi per l'attenzione dello spettatore: il cinema è il prototipo di questo dispositivo, che si ritrova negli *home theater*; la stessa televisione, dopo un lungo periodo di uso in parte 'ambientale' e radiofonico, è tornata oggi (soprattutto grazie al rilancio della fiction) a occupare un ruolo di questo tipo.

Il secondo criterio è definibile *diffusione*, nel senso in cui si parla della diffusione di certe essenze olfattive negli ambienti. Il mezzo penetra nell'ambiente come un profumo, non lo permea completamente ma ne occupa i vuoti e gli interstizi. È il ruolo tipicamente rivestito dai mezzi sonori: radio, iPod ecc. L'uso di tali mezzi in automobile è

<sup>2</sup> È dedicato a questi temi parte del volume da me curato *La digitalizzazione dei media*, Carocci, Roma 2007.

sintomatico: una sorta di *Arbre magic* sonoro che caratterizza la particolare bolla di intimità trasportabile che è la mia auto e la rende propriamente mia. Il videofonino sta oggi proponendo una simile modalità di presenza ‘diffusa’ anche per le immagini, con esiti al momento incerti.

Il terzo criterio di individuazione dei mezzi è la *simulazione*: i mezzi non si sovrappongono agli ambienti né vi si diffondono: si propongono essi stessi come ambienti in cui giocare, operare, fare incontri ecc. È ovviamente il principio di individuazione che guida la percezione del ruolo e dell’identità dei media digitali interattivi.

I tre principi delineati si basano, come si può notare, sulla disciplina della relazione tra i soggetti sociali e gli ambienti di vita: essi funzionano nella misura in cui i mezzi si legano a precisi dispositivi tecnologici che ne attivano e ne guidano il funzionamento. I dispositivi a loro volta traggono la propria identità dal rapporto con lo spazio: collocazione precisa e determinata nel caso della focalizzazione, collocazione dinamica e nomadica nel caso della diffusione, vacuità e sostituzione dello spazio reale nel caso della simulazione.

Ritorniamo allora alla Dtt: proprio un contesto di questo genere determina una sua incerta se non impossibile collocazione. La Dtt occupa infatti contemporaneamente tutte e tre le caselle delineate: è una nuova forma di televisione, eventualmente fornitrice di contenuti pregiati di sport, di fiction e di intrattenimento: dunque lavora sulla *focalizzazione*. Ma si presta anche a un consumo nomadico e *diffuso*, per esempio sugli schermi in automobile o sullo schermo del computer (ed è sintomatico che il Dtt integri anche il consumo radiofonico). Ma insieme offre possibilità di interazione con enti pubblici, o per effettuare acquisti ecc. e si pone quindi come un dispositivo di *simulazione* di spazi reali. Insomma: la Dtt è oggi il coltellino svizzero dei media, capace di fare troppe cose per essere realmente affidabile.

Queste rapide considerazioni offrono qualche indicazione, mi sembra, per comprendere quali saranno i destini della Dtt. A mio avviso tali destini sono segnati dalla natura televisiva della televisione digitale terrestre: essa spinge decisamente la Dtt verso il polo della *focalizzazione*. Questo non implica che gli altri caratteri scompaiano: semplicemente, essi smetteranno di funzionare in quanto principi di individuazione e saranno una sorta di appendice e di plus rispetto a una percezione collettiva e a modalità di consumo sostanzialmente ‘televisive’. E forse un giorno rimpiangeremo i numerosi e variegati usi che agitano e confondono oggi il panorama del digitale terrestre.

*Ruggero Eugeni*