

Parla Derrick de Kerckhove
allievo di McLuhan
«L'interattività? Darà potere
ai telespettatori»

Il Video on demand (Vod, video a richiesta) è uno dei primi passi della tv interattiva. Le prime sperimentazioni sono state fatte in Canada dal gruppo Videotron. Come hanno funzionato?

Il sistema si chiama Videoway, un sistema semplice composto da 4 canali in uno, quattro registrazioni della stessa cosa o quattro possibilità di porre una domanda. Si tratta di una interattività incompleta, con solo la possibilità di saltare di volta in volta in uno dei quattro canali. È solo una funzione «intelligente» del telecomando. Non è come la interattività dal futuro che sarà basata su calcoli del computer e sarà più complessa.

Come la possiamo immaginare? Io penso che la interattività ucciderà, prima di tutto, la televisione attuale, tradizionale. L'idea dell'interattività è quella di trasformare il canale controllato dal produttore in un canale controllato dall'utente. Sarà quasi come il telefono. La televisione sarà un sistema di comunicazione personale più che pubblico. L'origine delle immagini sarà in una grande banca dati audiovisuale ma produrrà anche un cambiamento nel commercio delle immagini e nel lavoro di tanta gente. La produzione dell'informazione sarà personalizzata così come le reti di comunicazione.

La prime cose di cui si occuperà la Vod sono i film e lo shopping?

Lo shopping c'è già, ma non è proprio interattivo. È un buon esempio di quello che avverrà: pensi che un canale di home-shopping ha fatto miliardi di miliardi di dollari in questo modo. Sarà possibile comprare di tutto da casa, vedere le cose che si comprano e provarle digitalmente, come un vestito ad esempio. L'idea fondamentale della digitalizzazione era già nella Realtà Virtuale di Matsushita, industria giapponese che ha lanciato un sistema virtuale per vendere le cucine e che consentiva di prendere le misure esatte e di mostrare i mobili già perfettamente inseriti nell'appartamento. Questa è l'idea profonda dell'interattività dell'home-shopping: la possibilità di essere molto precisi nell'illustrare un desiderio, di mandare le richieste subito e di ottenere in tempi brevi il prodotto, ne farà capire la reale utilizzazione. Il problema fondamentale è che la televisione in se stessa *adatta* l'interattività. Per la tv attuale cambia tutto: l'infrastruttura, il senso unico, il rapporto tra produttore ed utente. E dà potere all'utente.

La televisione classica non capisce niente dell'interattività, non capisce niente di computer e del dominio del computer. Sarà difficile che qualcuno lo dica in questi termini, ma io so bene che è così: che la televisione di oggi ha il terrore del futuro interattivo.

In «Brainframes» lei sostiene che la televisione, chiamandola classica, ci lascia troppo poco tempo per riflettere su quello che stiamo guardando. Con la tv interattiva che cosa accadrà, crederà?

Molto. Perché quando non c'è tempo è possibile mettere la pubblicità e trasformare il dialogo tra la tv e l'utente come un monologo - della tv. La televisione senza interattività è dittatoriale. È impossibile, infatti, non rispondere ad una seduzione permanente, quella dello schermo. È una forma di dittatura dolce che volge alla fine. Non so se posso dire qualcosa a proposito di Berlusconi, ma quando la gente mi domanda che cosa penso di Berlusconi e della nuova dittatura televisiva, io rispondo che non durerà a lungo nell'era dell'interattività perché è impossibile mantenere il potere in televisione quando siamo interattivi. Impossibile. Dunque si tratta di «giocare» per qualche anno ancora, ma non appena la gente acquisterà potere sullo schermo, diventerà abbastanza forte da reagire a qualunque dittatura.

Che ripercussioni ci saranno sulle generazioni più giovani che, peraltro, stanno già «mutando»?

Esiste già una nuova generazione, molto, molto intelligente. Nel nostro centro di programmazione, a Toronto, tre anni fa, avevamo programmatori adulti pagati molto per fare poco. Un giorno un ragazzo di 14 anni è venuto

La Tv del 2000

«La dittatura del video sta per finire»

La televisione interattiva si avvia ad essere il futuro delle relazioni umane. Mentre in Italia partirà tra pochi giorni la prima sperimentazione di Video on demand (video a richiesta), abbiamo chiesto a Derrick de Kerckhove, allievo di McLuhan, che cosa sarà l'interazione. De Kerckhove insegna all'Università di Toronto ed è il direttore del McLuhan Institute. In Italia la Baskerville ha pubblicato il suo libro «Brainframes, mente, tecnologia, mercato».

ANTONELLA MARRONE

nell'ambito del McLuhan Program, ha visto il lavoro del programmatore e ha detto: «In mezz'ora posso risolvere il problema». E così è stato. Oggi lavoriamo con ragazzi dai 13 ai 16 anni che si occupano del sistema multimediale che stiamo elaborando, lavorano molto meglio e sono felici.

A che cosa state lavorando?

In questo momento siamo lavorando con la videoconferenza che è una forma di interattività audiovisuale. È come un video telefonico, un canale privato, due linee telefoniche che possono prendere le immagini delle persone e mandarle sulle linee. Ogni settimana facciamo un paio di sperimentazioni con la videoconferenza. È una forma di interattività che non sarà dominante da sola, ma molto importante per l'interattività del futuro. Quando si integra nel sistema di vita familiare, sarà possibile trovare nuovi lavori, per esempio, io oggi mi trovo nella mia casa di campagna con un lago bellissimo davanti. È un posto meraviglioso. Perché devo vivere la maggior parte della mia vita a Toronto se preferisco stare qui? Con il fax, con la posta elettronica, con la videoconferenza, con la televisione interattiva per home-shopping, con la Video on demand, io non ho più bisogno di andare in città, posso vivere qui, vedere i miei amici.

Quanti anni mancano, secondo lei, perché tutta questa tecnologia farà veramente parte della nostra vita? Dieci anni, cinquant'anni?

Meno, meno di dieci anni. Da quando è stato immesso il Personal Computer sul mercato a quando si è imposto come bene di largo consumo sono passati dieci anni, dal 1978 al 1988. Per il tax ci è voluto meno: dall'82 all'86, lo penso che per il telecomputer (tv più computer) basteranno cinque, sei anni. Le grandi compagnie come Sony, Toshiba e altre stanno lavorando

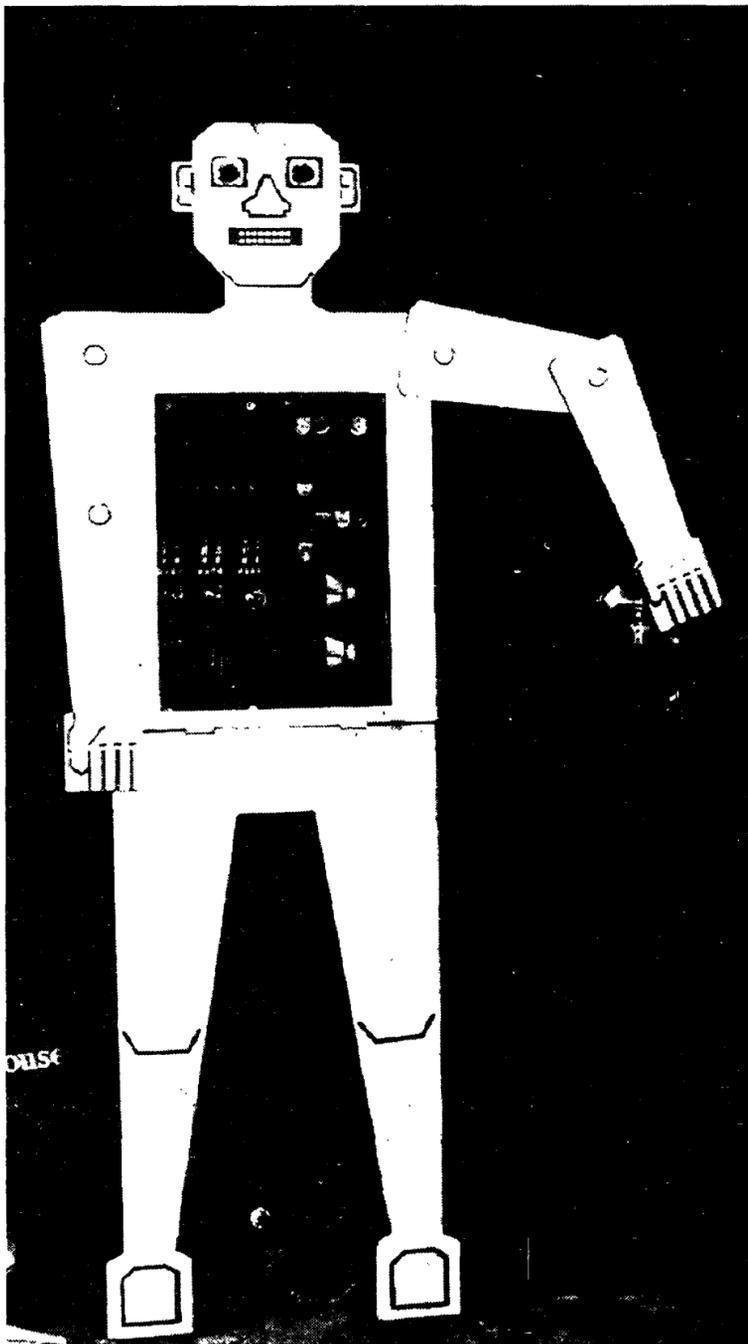
per perfezionare i loro prodotti e aspettano solo di regolarsi in base ad una convenzione internazionale che unifichi gli standard e li renda regolabili in base alla definizione e all'accesso. Non appena questo sarà realizzato il mercato sarà invaso di cose nuove. Ci vorranno forse dieci anni perché il mercato si stabilizzi, ma meno perché inizi la diffusione. Siamo, certo, ancora in un periodo di transizione, però, per avere un'idea del futuro bisogna entrare in Internet, questa è la vera interattività. Il Vod è l'idea di gente che vede solo il prodotto e non vede gli utenti. Ancora una volta nel Vod c'è preponderante l'idea della «domanda», è una riduzione di tutta l'interattività, al semplice fatto di portare il «cinema» a casa. È una veduta restrittiva del futuro e sarà una perdita enorme per tutti salvo che per i più forti distributori di video.

Qual è il rapporto tra televisione e computer?

Il computer ha divorato la televisione, persino le immagini. Infatti quelle del computer sono digitali e quelle della televisione analogiche. L'interattività funziona molto meglio con il digitale. La tv è un vecchio media rinviginito dal computer e trasformato.

Come definirebbe, allora, l'interattività?

È l'industrializzazione del tatto. La telepresenza è una forma di interattività e di tattilità. Questa tattilità è simulata, come lo era la prospettiva classica. La prospettiva era la condizione del punto di vista. Da Brunelleschi a Alberti, tutti i grandi teorici hanno studiato la prospettiva per fare del mondo una cosa fissa e della persona una cosa mobile. Per vivere nel mondo come un attore vive nel teatro - come ha detto Shakespeare - era necessario fare del mondo una cosa fissa. La prospettiva è un metodo scientifico per fissare il mondo e liberare il punto di vista e, dunque, liberare noi tutti che siamo attori nella realtà.



Un robot domestico del 1929, tratto dalla rivista «Sfera»

Film, giochi e shopping: così la rivoluzione

Predisponete, a casa, un bel tavolo, lungo, in cui possano entrare, nell'ordine: un televisore con videoregistratore, un personal computer, un impianto hi-fi e un telefono con fax. Ecco pronta la postazione del futuro per i navigatori del nuovo «intermondo».

Per quanto riguarda la tv interattiva ecco quello che ci riserva il futuro più immediato, alcuni esempi di quella che è, per ora, l'unica forma sperimentata dalle grandi industrie dei media digitali, una tv che dall'interazione taglia via la parte più «comunicativa» con l'utente e cede ancora al fascino della televisione «classica».

VIDEO ON DEMAND. L'utente sceglie il programma che preferisce grazie ad un computer centrale che «consegna» sul terminale il programma richiesto. **PAY PER VIEW:** Canali che propongono programmi diversi, ma simultaneamente in modo che l'utente possa scegliere «al volo» quello che desidera vedere. **VIDEOWAY.** Grazie al telecomando l'utente si fa una regola tutta sua di un programma che scorre sul video scegliendo l'inquadratura e la velocità di visione o può scegliere di partecipare ad un quiz interattivo (già utilizzata in Gran Bretagna).

VIDEOGIOCHI: Per giocare in tempo reale con partner distanti o entrare nella trama di uno sceneggiato. Il telecomando di oggi verrà sostituito da un altro piuttosto simile alle cloche dei video giochi con un pannello per muoversi sullo schermo e i tasti da «cliccare» per entrare dentro la «finestra» prescelta.

La sperimentazione in Italia

A dicembre 50 privilegiati viaggeranno nei mondi della televisione interattiva

GILDO CAMPESATO

■ A Telecom Italia sono ottimisti: il nostro obiettivo è offrire quanto prima i servizi di *video on demand*, *shopping* e di transazione come *l'home banking*. Insomma, per la società pubblica dei telefoni il futuro è a portata di mano. Anzi, è già cominciato. È stata costituita con gli americani di Bell Atlantic una società ad hoc per la multimedialità. Stream. Già dal dicembre di quest'anno 50 «privilegiati» dipendenti di Telecom Italia inizieranno a Roma la fase di sperimentazione di una tecnologia destinata a rivoluzionare il mercato delle telecomunicazioni. Messa a punto nei laboratori Bell Atlantic, essa consentirà di compiere il messaggio video per farlo passare tranquillamente insieme a molti altri nel tradizionalissimo doppio di rame del telefono. Come arrivano tra le mura di casa nostra, i messaggi visivi e «compresi» potranno poi essere ritrasmessi al mittente o a migliaia di altri destinatari interessati a comunicare con noi.

«Conseguenze? Se la sperimentazione confermerà le attese, basterà collegare al televisore di casa un decompressore di segnale ed un apparecchio telefonico e voilà! Ipotizziamo all'una i palinsesti tradizionali, potremo essere noi a decidere quale film vedere scegliendo tra un menu sterminato. Tra il momento della scelta e quello della visione passeranno appena pochissimi secondi. Non ci va il film? Basterà lavorare un po' con il mouse e potremo passare negli Stati Uniti, magari

per assistere ad una lezione di fisica all'Università di Stanford. È appunto quel che si chiama la *video-on-demand*. L'abbonamento o il canone? Spariranno dal nostro vocabolario: si pagherà soltanto quel che si vedrà.

Nel futuro del nostro «tele-telefono», però, non ci sono soltanto film. Si potrà anche, tanto per fare un altro esempio, evitare di andare in banca per conoscere lo stato del conto corrente, di fare la fila in stazione per prenotarsi un treno o di recarsi dal concessionario a comprare un'automobile. Saranno tutte operazioni facilissime da compiere, standocene direttamente seduti sulla poltrona del salotto di casa.

I tempi per la commercializzazione del nuovo servizio, sempre che la sperimentazione dia i risultati sperati, non saranno lunghissimi. Già dal marzo del prossimo anno un campione di mille utenti romani e milanesi cominceranno ad utilizzare il servizio consentendo di verificare reazioni ed interesse del mercato. La *video on demand* sarà poi offerta al gran pubblico a partire dal 1996 nelle aree di Roma e Milano per espandersi poi nei principali centri urbani come Napoli, Torino, Bologna, Firenze. Intanto, anche dall'Ue arriva una spinta all'espansione dei nuovi servizi: la commissione europea ha pronta una bozza di direttiva per concedere agli operatori di tv via cavo di offrire tutti i servizi di telecomunicazione, quelli telefonici esclusi.

ARCHIVI

A.M.a.

Messaggi

La prima trasmissione

Con qualche azzardo si potrebbe scorgere in Ciro Il il grande (558-528 a.C.), l'inventore di un regolare servizio di trasmissione messaggi, primo impulso di una qualsivoglia comunicazione. Dopo aver calcolato quanta strada potesse percorrere un cavallo in un giorno, il fondatore dell'Impero persiano fece costruire su tutte le strade dell'Impero delle stalle alla distanza calcolata. Qui si trovavano cavalli e uomini sempre «freschi» a disposizione dei corrieri. Serse, il nipote, perfezionò l'idea del Grande e realizzò una vera e propria staffetta, in cui un corriere consegnava all'altro, con cavalli riposati, il messaggio da consegnare. E così via lungo tutti i «nodi» dell'Impero. Il sistema fu poi ripreso e adattato sia dai greci che dai Romani.

L'elaboratore

I «favolosi» anni Sessanta

Facciamo un salto di secoli e arriviamo alla soglia degli anni Sessanta quando i messaggi correvano già da tanto tempo senza corrieri e senza fili. E in questo decennio che si pongono le basi per tutte le tecnologie oggi più diffuse, per quelli considerati i «new media». Il «calcolatore elettronico» diventa «elaboratore elettronico» condensando nel cambio di nome l'ulteriore utilizzazione della macchina: non più strumento di solo calcolo, ma strumento per trasformare anche informazioni grafiche e testuali. Nascono le tecniche di Computer Graphics, le prime timide registrazioni laser su un disco di alluminio, progenitrici delle odierne memorie ottiche. Nel 1962 viene lanciato il primo satellite utilizzato per la comunicazione. Si affacciano i mondi oltre lo schermo, nel 1965, di natura virtuale e percepibili come reali, stretti parenti della futura e oggi più nota Realtà Virtuale.

New media

In linea e fuori

I «new media» si dividono in «on line» e «off line». Nel primo caso si prevede la presenza di una rete che mette in comunicazione un terminale e una fonte di notizie (o un altro terminale). I secondi sono postazioni di lavoro autonome che contengono già tutte le informazioni di cui abbiamo bisogno, il programma da utilizzare, in cui possono essere inseriti supporti di memoria con banche dati o corsi interattivi. In questo ultimo caso i media si dividono in mezzi che consentono uno scambio bidirezionale (fax, radiomobili, tele-shopping, banche dati, telemedicina, pay per view television) e quelli a scambio monodirezionale (Teleteléfono e Telecallame). Tra tutti spicca il Videotel, un medium che può fornire tutti questi servizi. L'utente accede, secondo il proprio interesse, in una grande banca dati, e chiede tutte le informazioni che gli occorrono. O se crede può comprarsi un oggetto o scambiare posta con altri utenti.

Interattività

Siamo tutti produttori

Da consumatore a produttore. Se la tv vuole interagire con noi, noi siamo pronti. Nel già citato libro di de Kerckhove sono elencate le quattro fasi che, in qualità di «attori» tecnologici, abbiamo già superato per trasformarci in produttori: 1) lo «zapping» è stato il nostro corso di montaggio; 2) la registrazione e la riproduzione video sono stati il nostro corso intermedio per produttori; 3) Le tecnologie leggere VHS e Video 8 ci comprese possibilità di montaggio più a buon mercato ed efficaci) permettono a chiunque di esprimersi in forma cinematografica; 4) grazie alle testiere e ai mouse abbiamo imparato a misurare interattivamente con le capacità di elaborazione di informazioni dello schermo.