

**L'Intervista****Jeffrey Cole**

L'esperto americano giura che la televisione generalista gratuita e finanziata dalla pubblicità non è destinata a scomparire. Le novità in altri settori

## «L'era digitale non cambierà la tv»

Non si sa se è una buona o una cattiva notizia. Comunque è questa, ascoltatela: con l'avvento dell'era digitale la televisione generalista gratuita e finanziata dalla pubblicità, quella dei quiz, di Domenica In, del Costanzo show, di Bruno Vespa e dei TG non avrà alcun collasso, non perderà niente della sua importanza, rimarrà tale e quale. Essa sarà sempre con noi, imponente, gigantesca, decisiva per le serate di miliardi di persone, per il fatturato pubblicitario e per la politica. Parola di Jeffrey Cole. Chi è Jeffrey Cole? È un professore dell'Università di California di Los Angeles (Ucla), dirige il Center for Communication Policy, che ha come compito istituzionale quello di identificare le linee di sviluppo dei sistemi di comunicazione nel lungo periodo, ovvero nei prossimi 25 anni. Tra le altre cose, è responsabile del monitoraggio della televisione americana dedicato alla violenza e ai bambini. Dal 1995, con i finanziamenti dei grandi network, Cole insieme alla sua squadra di ricercatori realizza un rapporto periodico «Los Angeles Report on Tv-Violence» che viene trasmesso alla Casa Bianca e al Congresso, secondo un modello di intervento che è stato proposto anche per l'Italia. La cosa interessante è che i canali televisivi, i direttori di rete, gli autori di serial si incontrano con i professori della Ucla e collaborano, impegnandosi a tener conto dei risultati delle indagini.

Cole non è un conservatore della tecnologia televisiva. Organizza peraltro summit sullo sviluppo delle autostrade elettroniche insieme al vicepresidente Al Gore. Ora è per qualche giorno in Italia, a Gualdo Tadino, dove sta sorgendo una Università multimediale, cioè un centro di formazione superiore via Internet. Ci si potrà laureare alla Ucla collegandosi con i castelli umbri e restando a casa. Tecnologie multimediali da ogni parte; eppure, come vedrete, Cole è un tipo che, quando gli presentano lo scenario di una televisione che, diventando digitale, si trasforma in un mostro intelligente, interattivo, pieno di scaffali virtuali da cui scegliere le letture serali, concerti e film d'archivio - secondo le profezie di Negroponte e George Gilder -, si mette a ridere. Lui la gente continua a vederla la sera a casa in poltrona, in tutto il mondo, da Parigi fino a Tokyo. Massimo della fatica interattiva: il telecomando. Obiettivo: divertirsi, in modo passivo.

**Non è che studiandola per tanto tempo, lei si è affezionato alla vecchia tv generalista via etere?**

«No, qualcosa sta accadendo davvero. La televisione che conosciamo aveva cominciato la sua storia alla fine degli anni '40. E da allora ad oggi non è molto cambiata, se escludiamo qualche innovazione minore come il passaggio dal bianco e nero al colore e l'introduzione del suono stereo. Invece nei prossimi otto-dieci anni assisteremo al più drastico dei mutamenti immaginabili: il passaggio dalla tv analogica a quella digitale. In realtà basterebbero dodici mesi per fare il salto, ma se dico 8-10 anni è perché dobbiamo darci tutti quanti il tempo necessario per sostituire il nostro vecchio televisore analogico con uno nuovo digitale».

**Che cosa cambia con il cambio di televisore?**

«Prima di tutto la qualità dell'immagine che diventerà estremamente più bella. Attualmente la tv in America ha un livello di definizione di 525 linee, in Europa di 625. La tv digitale passerà a 1000 o 1100 linee. E poi tv digitale significa soprattutto che si potranno immagazzinare programmi molto facilmente, che si potrà interfacciare il televisore con la videocamera con grande semplicità, che ci saranno - grazie alla tecnologia della compressione - centinaia, se non migliaia, di canali».

**Siamo all'inizio della svolta?**

«È il mondo dei produttori, è l'industria televisiva che guida questo cambiamento. In verità i telespettatori sono soddisfatti della televisione sul piano tecnico. Negli Stati Uniti siamo nella fase in cui i network cominciano a produrre show nelle due versioni, analogica e digitale. Sarà il più imponente cambiamento tecnologico nel corso della nostra vita. La Commissione federale per le comunicazioni Usa prevede che entro il 2006 tutti i nostri telespettatori saranno obsoleti. A quella data la tv digitale dovrebbe diventare l'unica in funzione, ma io penso che poi questo termine finirà per allungarsi, perché chi compra un televisore nuovo oggi si aspetta che duri 15 o vent'anni».

**Ma che cosa ci darà di più questa svolta, oltre alla qualità tecnica?**

«Il cambiamento maggiore è che ci saranno cinquanta canali dove ora ce n'è uno solo. La stessa società produttrice che gestisce un canale tv può

decidere di farne 25 o 50 con la stessa qualità tecnica del segnale, specializzando i canali al punto che si potrà scegliere di guardare un evento sportivo da diverse telecamere, da una diversa parte dello stadio, si potrà fare il playback da soli. Insomma è la cosiddetta interattività».

**Questo vuole dire che a quella data la tv generalista gratuita e finanziata dalla pubblicità sarà defunta?**

«No. Quella tv lì ci sarà sempre, anche nell'era digitale. Sarà la più importante e non cambierà molto».

**Un momento. Ho capito bene? Può ripeterlo?**

«La televisione commerciale gratuita non sta affatto male e continuerà a stare benissimo. I pubblicitari l'hanno addirittura riscoperta come l'unico mezzo capace di raggiungere contemporaneamente l'intero mercato. Nessun mezzo stampato arriva a tutta la popolazione come questa tv. Ogni altro veicolo, comprese le tv specializzate, raggiunge segmenti del mercato. La televisione generalista gratuita e commerciale ha dunque un grande futuro. Il problema che dovremo affrontare negli Usa e anche in Italia è che non c'è spazio per tutti i canali attuali. Penso che alla fine negli Stati Uniti ne avremo tre. E in Italia non credo certo che riuscirete a mantenerne sei».

**E come la mettiamo con il «profeta» del digitale George Gilder, quello che ha definito in pratica «glie morta» la televisione generalista?**

«Non credo che ci saranno spostamenti significativi rispetto all'attuale modello di produzione tv. La maggior parte della gente ne è soddisfatta e continuerà a guardarla così. Certo durante un varietà televisivo, con la tv digitale, ci saranno più chiamate, più possibilità di intervenire, di interagire, ma niente di più: i contenuti nell'insieme non cambieranno».

**Tutto lì, ora e sempre David Letterman show in America, Maurizio Costanzo in Italia?**

«Esattamente gli stessi show, forse con un po' più di scelta».

**Ma la tv generalista rimarrà quella enorme e potente entità che è attualmente? Non cederà una fetta di audience alle televisioni a pagamento, on demand, pay-per-view, ai canali specializzati, a Internet, etc.etc.?**

«È vero che per la prima volta nella storia della televisione noi registriamo una leggera diminuzione negli ascolti. E la ragione è proprio che una parte del pubblico ha trovato qualcosa di più attraente nel computer. Ma non possiamo immaginare che questa sia una minaccia per la tv. Non perdiamo di vista le proporzioni: il televisore c'è nel 98% delle case in America come in Europa occidentale e in Giappone. No, la televisione generalista e gratuita è una parte essenziale della vita umana in quasi tutte le società contemporanee e credo che resterà tale. Ci sarà soltanto una piccola riduzione percentuale dell'audience. A cambiare sarà essenzialmente la qualità dell'immagine ed il mezzo tecnico attraverso il quale ci arriva a casa. Il che non significa che la rivoluzione digitale non trasformerà il nostro modo di lavorare, studiare, informarci. L'editoria e i giornali ne saranno sconvolti, molto più del nostro modo di stare davanti alla tv».

**E tutto il discutere di questi anni sulla rivoluzione tecnologica, sul moltiplicarsi dei canali, sulle conseguenze culturali del digitale riguarda solo quel piccolo segmento di audience?**

«Ebbene, devo dire, sì. Il ruolo della innovazione tecnologica digitale nella televisione - che è comunque di straordinaria importanza - è stato sopravvalutato. La maggior parte del pubblico è soddisfatto della tv così com'è. Perciò non vi saranno cambiamenti radicali».

**Come immagina le campagne elettorali tra vent'anni?**

«La discussione pubblica nazionale tra 20 anni si svolgerà ancora essenzialmente attraverso la tv gratuita e generalista. Credo che nessuno possa immaginare di farne a meno in America come in Italia».

**Allora l'audience di Letterman e Costanzo batterà sempre quella di Bill Gates?**

«Non credo proprio che Bill Gates, qualunque cosa inventi, riuscirà mai a battere i talk show con l'audience, ma sono sicuro che riuscirà a fare molte grandi cose anche con un audience più piccola. Questo però è un altro discorso».

Giancarlo Bosetti