



Sul «New Yorker», Ken Auletta disegna uno scenario dove il confronto industriale si fa a colpi di fusioni

«Odiato avversario, mi alleo con te» La guerra informatica non farà vittime

Promotore di questa strategia del «cartello» sarebbe John Malone della Tci. Anche la Microsoft di Bill Gates apparentemente ingaggia dure battaglie con le rivali ma in realtà cerca alleanze. Il caso della Apple Computer di Cupertino.

Il nemico di Gates è Microsoft

Chi è Bill Gates e perché tutti parlano male di lui? A leggere le cronache di questi giorni quello che è talvolta definito l'uomo più ricco del mondo, sarebbe pieno di guai. L'antitrust americano gli fa la posta da anni. Finora inutilmente. Sono riusciti a beccarlo su una cosa dalla quale, direttamente, non ha preso una centesimo: Internet Explorer, il software di navigazione che Microsoft distribuisce gratis. E la tecnica di Al Capone: invece che per gli omicidi lo arrestarono per le tasse non pagate. La sanzione sarebbe di mezzo miliardo di dollari. Più o meno l'equivalente di una multa per eccesso di velocità per un impiegato italiano, se vogliamo fare delle proporzioni comprensibili. Com'è strano il mondo: negli States lo braccano con l'antitrust, in Italia Veltroni lo riceve come un capo di stato, e in Inghilterra va a fare il consulente di Blair. In realtà il vero problema della Microsoft è il suo rifiuto di accettare l'idea stessa di adeguarsi a degli standard aperti che facilitino l'integrazione tra software diversi. La sua guerra con Sun per Java nasce da questo, così come lo scontro con Netscape, e anche la mancata partecipazione al consorzio che sta sviluppando il Network Computer.

Il problema di Microsoft è la sua cultura d'impresa, formatasi sul sistema chiuso e a-flessibile del personal computer. Il Pc ha davanti a sé un futuro ancora piuttosto lungo, ma non lunghissimo. Tra un quinquennio o poco più l'unica macchina cibernetica possibile sarà poco costosa, leggera, facile da mantenere e soprattutto aperta. Il contrario di quello che piace a Bill Gates. Un Pc aperto è l'unico antitrust che Microsoft può temere.

T.D.M.

LOS ANGELES. Raccontano le cronache più recenti come il Dipartimento alla Giustizia sia pronto ad esibire, di fronte ai competenti tribunali, documenti che, per così dire, inequivocabilmente fotografano "con le mani nel sacco" il più ricco uomo del pianeta. Ovvero, le lettere d'affari con le quali William Gates III - oggi ufficialmente accusato di concorrenza sleale e pratiche monopolistiche - ha a suo tempo "torto il braccio" ad alcune delle maggiori imprese produttrici di personal computers. Nella sostanza: o insieme a Windows 95 vi prendete anche l'Explorer (il browser che è oggetto della contesa) o potete scordarvi l'intero sistema operativo. Prendere o lasciare. Tutti, va da sé, hanno preso.

I riflettori della cronaca restano dunque puntati su quello che gli osservatori continuano a definire "il centro della battaglia". Ovvero: sullo scontro tra la Microsoft "magiatutto" e le sue vittime designate. Ed il tutto sulla base d'una serie di classici interrogativi. Riuscirà Netscape - con l'aiuto del Dipartimento alla Giustizia - a sopravvivere all'attacco del "Grande Fratello"? Potranno i fabbricanti di computer, oggi inerti vassalli del sovrano, ribellarsi infine al dominio del sistema operativo? Più ancora: riuscirà la Sun, tramite il

magico Java, a privare Bill Gates della fonte dei suoi poteri?

Ma è davvero in questi crudi termini di lotta per la sopravvivenza che si sta giocando la partita? Sul "ultimo numero del settimanale "New Yorker", Ken Auletta - noto specialista di politica dei media - propone una visione delle cose affatto diversa. Ed anzi giunge a delineare, per le grandi corporazioni impegnate nei conflitti che oggi marciano la "rivoluzione dell'informazione", un futuro - e per molti aspetti anche un presente - in tutto (o quasi) paragonabile a quello delle attuali "keiretsu" giapponesi. Vale a dire: marcato assai più dalla logica della collaborazione "di cartello" che da quella dallo scontro per la conquista del mercato.

Che si tratti d'un parallelo "provocatorio" è piuttosto evidente, grande restando l'abisso tra la filosofia del capitalismo giapponese ed il "mors tua vita mea" che, nel bene e nel male, caratterizza la libera concorrenza made in Usa. Ma proprio questo la forzatura dell'articolo tende a mettere in rilievo: come le contrapposte "strategie del ragnò" oggi messe in atto dai giganti del mondo multimediale portino, in effetti, non tanto al reciproco cannibalismo descritto da molti cronisti, ma alla creazione di una "rete di colla-

borazione", o meglio, alla definizione d'una serie di "punti d'incontro" che, nella sostanza, stabiliscono altrettanti momenti di tregua.

La tesi di Auletta è semplice e - nella misura in cui offre un "modello" al processo di fusioni in corso - alquanto affascinante. Dietro i frenetici movimenti dei contrapposti eserciti - acquisti, vendite, mergerse joint-ventures - si nasconde in realtà, sostiene l'autore, assai più la volontà di non perdere che quella di vincere da soli. Più in concreto: si nasconde la convinzione che il "globalismo" sia, in effetti, l'unica possibile assicurazione contro i numerosi imprevisti di una rivoluzione in corso. Data la estrema "fluidità" dei cambiamenti - sottolinea Auletta - nessuno è in grado di sapere oggi con certezza quale sarà domani il prodotto vincente. Sicché d'uopo è tenere un piede in ogni scarpia. Calpestando il piede del proprietario, se inevitabile. O, molto più spesso, alleandosi col medesimo.

A dimostrazione, il giornalista esamina e ricostruisce in un grafico che ha, appunto, la forma d'una grande ragnatela - i movimenti dei sei grandi titani che dominano il mondo dei media: Microsoft, ovviamente. E poi la Disney/ABC, la Time Warner, la General Electric/

NBC, la TCI di John Malone (da Auletta promosso a "vero inventore" della "American Keiretsu") e la New Corporation di Rupert Murdoch. Tutte - come vuole la logica della rivoluzione - sono dappertutto: dalla televisione via cavo a quella via satellite, dal software ai giornali, dagli studios hollywoodiani alla produzione di homevideo, dalla musica ai parchi di divertimento. Ed in questo "tutto", sottolinea l'autore, sono in realtà i punti di pacifica convivenza - o di vera e propria alleanza - a nettamente predominare su quelli di bellico scontro.

Qualche esempio? La Microsoft - che, partendo dal suo predominio nel software, si è negli ultimi anni mossa a marce forzate in direzione del campo della tv via cavo (che potrebbe, domani, diventare l'accesso via cavo all'Internet) interessa tanto con la News Corporation (Comcast), quanto con la TCI. E, nel campo delle trasmissioni via satellite, ha - tramite la Primestar e la BskyB - partecipazioni incrociate che assai amichevolmente la connettono con almeno quattro degli altri cinque giganti.

Non basta? Gli scettici possono, se credono, continuare ad esaminare il campo della televisione. Qui, fa notare Auletta, la Microsoft fa in-

ziato una joint-venture con GE/NBC destinata a creare un canale "tutto notizie" in aperta concorrenza con la CNN della Time Warner. Ma con la Time Warner nel contempo condivide interessi tanto in Primestar, quanto nel Sunshine Channel, quanto, infine, nel Music Choice (una radio via cavo). Né la "spietata concorrenza" le ha impedito, tre mesi fa, di partecipare insieme alla Disney/ABC alla molto pubblicizzata "operazione salvataggio" del più antico dei suoi "storici nemici": la Apple Computer.

Conclusione: è presto per capire come concretamente finirà la storia dello scontro tra Gates ed i "castigamatti" del Dipartimento alla Giustizia. Ed ancor più prematuro è, ovviamente, cercar di capire come finirà la "guerra del cyberspazio". Ma un consiglio, forse già è possibile azzardare: quanti si apprestano a misurare la virulenza della battaglia in numero di morti, ripongano pure il pallottoliere. Per contare il numero dei vincitori (o il numero delle loro alleanze vincenti) basteranno, probabilmente le dita d'una mano. Ed i morti neppure verranno seppelliti. Un finale questo che, in termini di storia del capitalismo, difficilmente potrebbe esser definito inedito.

Massimo Cavallini

Da gennaio la Rai attiverà il canale radionews che si potrà captare con l'antenna parabolica

Dal satellite arriva la radio digitale italiana Musica per tutti e informazione continua

Viale Mazzini non esclude comunque neanche la trasmissione via terra, attraverso il Dab, uno standard capace di diffondere assieme suoni ed alcune informazioni scritte. Si esprimerà in Valle d'Aosta.

Prendi uno strumento vecchio, ma non obsoleto, come la radio e applicagli un sistema di trasmissione digitale. La sua veste risulterà completamente rinnovata, grazie a un segnale pulito come quello di un cd e alla fine delle interferenze e delle invasioni di «banda». La radio digitale, questo strano ibrido sospeso tra passato e futuro, sta per sbarcare anche in Italia. Ma non per trasmettere musica - come fanno la maggior parte delle emittenti esistenti - bensì informazione. Il patron dell'operazione è la Rai, che attiverà il canale Rai-radionews a partire da gennaio, servendosi del satellite Hot Bird 2. Il progetto - presentato la scorsa settimana ai massimi vertici aziendali - nasce per un'emissione sia in analogico che digitale. In altri termini, tutti coloro che sono dotati di un'antenna parabolica potranno ascoltare Rai-radionews, sia sulla sottoportante audio di un canale televisivo, che, attraverso una derivazione, su un normale apparecchio radiofonico. La Rai non esclude

però la trasmissione via terra, attraverso il Dab (Digital audio broadcasting), un tipo di standard in grado di diffondere suoni insieme ad alcune informazioni elementari, come le mappe autostradali o i titoli e gli autori di un brano musicale. Il Dab, per ora, è in fase di sperimentazione in Val d'Aosta, anche se i costi degli apparecchi riceventi sono ancora troppo alti, perché se ne possa prevedere una diffusione di massa a breve termine. Anche il cavo infine potrebbe fungere da veicolo dell'emittente, se ve ne saranno le condizioni. Per la fine del '97 le apparecchiature trasmettenti raggiungeranno il 10% della popolazione italiana, per salire al 60% alla fine del '98.

Il palinsesto di Rai Radionews prevede 24 ore di informazione giornaliera sul modello in uso in altri paesi europei, in emittenti come Radio five live, Radio 5 Todo noticias, France Info. «È una specie di rullo informativo che ogni quarto d'ora consente

all'ascoltatore di essere informato in maniera esauriente anche se sommaria - spiega Giancarlo Tomei, responsabile del palinsesto -. Lo scoccare d'ogni ora sarà segnato da un notiziario di 12 minuti, seguito nei quarti d'ora successivi da brevi flash, i cosiddetti breaking news. Approfondiremo inoltre il meteo dandogli un respiro internazionale e il traffico, con collegamenti in diretta dai punti caldi e dalle centrali operative».

Del resto la radio digitale è solo una faccia del progetto «All-News», che avrà anche una «ricaduta» televisiva con la messa in onda di Rai Sat 4, prevista per l'ottobre del '98. «Il nostro obiettivo è di raccontare il locale e decifrare il globale. Dare tutte le notizie del paese in tempo reale e di fornire una chiave di lettura di quelle provenienti dal resto del mondo - aggiunge il capo-progetto di Rai Sat 4, Michele Mezza -. Per la televisione questo vuol dire offrire al mondo l'interpretazione italiana de-

gli eventi e le loro ripercussioni sul sistema-paese. Per la radio il discorso è sicuramente diverso. Il mercato radiofonico è infatti molto più maturo, perché le duemila radio private esistenti in Italia hanno già prefigurato, per argomento o per territorio, un nuovo mercato dei canali tematici. In questo contesto noi possiamo offrire un prodotto "di contatto", rivolto a un ascoltatore che si sintonizza per brevi periodi per poi tornare alla sua emittente preferita. In questo senso, a fronte di un offerta ricca, ma anche estremamente frammentata, il servizio pubblico può ritrovare una sua missione nazionale».

Con l'all news la Rai dovrà porsi il problema di riprendere anche una politica industriale delle comunicazioni, accantonata da lungo tempo. Perché si sa che in questi casi è il prodotto a creare la domanda, che a sua volta crea un consumo.

Marco Deserisi

Dalla IBM due minidischi supercapaci

Se si stampasse tutto il suo contenuto, la pila di fogli raggiungerebbe la sommità dell'Empire State Building, il grattacielo di King Kong, a New York, fino a pochi anni fa considerato il più alto edificio del mondo. Parliamo del Travelstar 8GS, un nuovo hard disk superminiaturizzato realizzato dalla IBM Storage Systems Division per i computer portatili. Con una densità di oltre tre miliardi di bit per pollice quadrato (un quadrato di 2,54 centimetri di lato), può contenere 8 gigabyte in appena 17 millimetri di spessore. Meno di dieci millimetri è invece lo spessore del Travelstar 3GN che pesa appena 99 grammi ed ha una capacità di oltre tre gigabyte. Entrambi i dischi sono destinati alla nuova generazione di portatili ultraleggeri e ad alte prestazioni.

Michele Fabbrì

LE GRANDI INTERVISTE DI GIANNI MINÀ

Alcuni protagonisti controversi del nostro tempo raccontati da un giornalista controcorrente



In edicola la prima videocassetta a 15.000 lire.

video l'U



Le prossime uscite:

Il Che trent'anni dopo

In viaggio con il Che

Storia di Assata Shakur

La verità di Silvia Baraldini

Il racconto di Fidel

Fidel e il tramonto di un'utopia

Marcos e la rivolta dei Maya del Chiapas

Storia di Rigoberta Menchu