



E-mail: multimedia@mclink.it

L'annuncio della piattaforma comune per cavo e satellite apre nuove prospettive di sviluppo del settore

RaiSat mette la televisione in orbita E anche l'Italia scopre il video digitale

Pressoché inesistente la tv via cavo, poche le famiglie con parabola e decoder digitale, ma la diversificazione dell'offerta con canali tematici gratuiti modificherà il quadro. Negli Usa entro il 1999 i ricevitori tv saranno per metà digitali.

È come se all'improvviso qualcuno, lassù tra le poltrone, avesse scoperto che un Paese, per vincere le sfide del futuro prossimo venturo, ha bisogno di decisioni. Qui e ora, come si diceva una volta.

Prima la Rai con l'avvio delle trasmissioni dei suoi canali RaiSat. Il gestore televisivo pubblico è arrivato sul campo con l'impeto di una carica di cavalleria. Elegante e potente. Se sarà anche, per così dire, epico dobbiamo attendere qualche anno. Poi l'annuncio dal Ministro delle Comunicazioni che le tariffe telefoniche per Internet costeranno la metà a partire dal prossimo gennaio. E, l'altro giorno, infine, la decisione dei protagonisti dell'etere digitale italiano di accordarsi sulla cosiddetta "piattaforma comune". Termine orribile per dire che da Rai a Sprint, da Canal+ a Cecchi Gori, passando per l'immane Mediaset, gli operatori del settore televisivo italiano via cavo, via satellite e anche via il vecchio e bistrattato etere "atmosferico" per così dire accettano di usare standard di trasmissione comuni.

Notizia, quest'ultima, di rilievo straordinario visto il rischio che un mercato minuscolo come quello del satellite digitale italiano (quello del cavo, nonostante gli sforzi di Sprint neppure si può dire esista) potesse essere parcellizzato e dunque ucciso prima ancora di nascere.

Alla fine dello scorso settembre sarebbero stati infatti non più di 140 mila gli italiani dotati di parabola e decoder digitale per ricevere i canali digitali satellitari. E, secondo le cifre fornite al recente salone

vicentino del Comisat dedicato proprio a questo mercato, circa quarantamila sarebbero arrivati al digitale subito dopo l'annuncio di RaiSat di avviare tre canali tematici subito con altri a seguire nei prossimi mesi.

Se l'Italia piange, certo nel resto d'Europa non si può dire che se la ridano troppo per quanto riguarda proprio il satellite digitale. Il problema europeo è il modello televisivo di riferimento, che è generalista e sostanzialmente gratuito. Tutt'altra cosa da quello digitale (satellitare o meno ha tutto sommato poca importanza) il quale, favorendo per i relativamente bassi costi di gestione, per la possibilità di disporre di molti più canali e per la duttilità dello strumento, si presta invece a fare una televisione dei contenuti, molto specializzata, e se possibile a pagamento.

Ma, chi è disposto a pagare quando ha già nove canali gratis, dove può vedersi dai salotti di Costanzo ai tiggì della Annunziata, passando per tutto quanto ci sta in mezzo?

Sei mesi fa la Cema, l'organizzazione statunitense che raggruppa le industrie dell'elettronica di consumo, annunciò che gli abbonati al satellite digitale avevano superato nel giro di appena due anni il milione, quasi la metà erano ex abbonati alla televisione via cavo (esiste da 40 anni, negli Usa, e ha quasi 60 milioni di abbonati) che apprezzavano i vantaggi, la qualità e la semplicità del satellite.

Gli statunitensi sono impegnati con grande decisione sul fronte della trasformazione del loro sistema televisivo. La Fcc, l'organismo



Il logo di RaiSat 3, il canale digitale di Rai Educational

statunitense che regola il mercato delle telecomunicazioni, alla fine dello scorso anno ha deciso che tutte le trasmissioni tv nordamericane saranno digitali dai primissimi anni del nuovo Millennio. E lo scorso aprile Reed E. Hunt, l'energico presidente della medesima Fcc, ha illustrato alcuni degli effetti della rivoluzione digitale: «ci consentirà di recuperare 138 megahertz di banda nelle alte frequenze, un valore per l'economia americana di molti di miliardi di

dollari». Reed ha rivelato anche come la Nab, la National Association of Broadcasters che raccoglie le stazioni televisive americane, abbia annunciato che intende raggiungere con le trasmissioni digitali un settimo della popolazione entro novembre del prossimo anno, un terzo entro aprile del 1999 e la metà già prima che scocchi il 2000.

L'onda digitale travolgerà anche i nostri cieli azzurri? Le premesse sembrano essere cambiate

radicalmente dopo che il gestore pubblico radiotelevisivo è sceso nell'arena con tutto la sua forza e il suo know how. Ma soprattutto grazie all'offerta canali gratuiti. Dei tre RaiSat abbiamo già parlato nelle scorse settimane. L'ultimo nato, partito lo scorso 27 settembre, è RaiSat3, un canale tutto cultura, articolato su moduli di sei ore ripetuti durante la giornata. E ai primi di novembre parte la rete satellitare dedicata all'insegnamento universitario a distanza. Un altro

esempio delle possibilità e delle potenzialità del mezzo. Ma sarà nel 1998 che verranno i pezzi più forti. La Rai ha già in cantiere il canale delle news, H24 come direbbero i militari, ma sta prendendo piede l'idea di un canale che ritrasmetta, col metodo del rullo, tutti e ventuno tg regionali, così che il veneziano che sta a Roma possa seguire le notizie dell'ultima acqua alta e il bolzanino che vive a Palermo avere informazioni sulla raccolta delle mele in Val di Fassa.

Se la proposta gratuita di RaiSat riuscirà a far crescere significativamente il mercato del satellite digitale è cosa tutta da verificare, anche se è la prima volta che al telespettatore stellare vengono offerti dei canali con contenuti originali. La piattaforma digitale comune sarà certamente l'altro fattore di crescita decisivo. Se non si fosse raggiunto un accordo, chi avesse voluto usare i servizi via cavo offerti da Sprint (la società del gruppo Telecom Italia che vorrebbe portare il video interattivo e lo shopping telematico in ogni casa della penisola) avrebbe dovuto comperare un decoder che non sarebbe servito a vedere anche i canali Rai o Mediaset o D+ (il "braccio" satellitare di Tele+). Per questi si sarebbe dovuto acquistare uno separato. Un problema analogo ce l'hanno in Germania, dove Bertelsmann e Kirch, per non dire di Deutsche Telekom e altri operatori, sono frantumati sullo stesso dilemma: tutti insieme appassionatamente o continuare a guardarsi in cagnesco?

Toni De Marchi

Dalla Prima

Le principali aziende produttrici del settore stanno infatti offrendo in particolare ai condomini la possibilità di installare con l'antenna satellitare un'attrezzatura sotto il tetto, che permette di ricevere tutti i canali digitali gratuiti (non solo quelli di RaiSat, ovviamente) e di «demodularli» direttamente nel televisore come se fossero normali canali terrestri. Con l'ovvio vantaggio che l'utente riceve tutti i canali gratuiti (le reti generaliste tradizionali più quelle nuove tematiche) sul suo unico telecomando di base, al quale potrà aggiungere, volendo, il decoder della pay-tv.

Per comprendere la portata di queste iniziative, si deve pensare che (dati Istat) il sessanta per cento degli italiani vivono in condomini di grandi dimensioni e che il quaranta per cento di tutte le famiglie del Paese (quasi nove milioni) gode già di impianti centralizzati condominiali. Per tutti questi, con una davvero modesta spesa *una tantum* (attualmente calcolata in circa 25-30 mila lire a canale nei condomini di medie dimensioni)

sarà per sempre disponibile la visione di tutti i bouquet tematici gratuiti.

Stando alle previsioni che circolano in questi giorni, gli addetti ai lavori ritengono che entro la fine del 1998 - quindi nel breve spazio di un anno! - questi impianti per il digitale gratuito potrebbero essere installati in circa ottanta-centomila condomini (con un numero medio di venti famiglie ciascuno), raggruppando pertanto una popolazione tra i sei e gli otto milioni di cittadini.

Dopo tanti anni di dibattito sulla «tv del futuro», ecco dunque la concreta possibilità di realizzarla in breve tempo su un'ampia (e sempre più ampia) base di popolazione, a vantaggio di tutti gli operatori, anche della pay-tv. Io ritengo che tutto questo dia forma, da un lato, ad una strategia «democratica» del servizio pubblico e, dall'altro, a un vero grande Progetto-Paese di modernizzazione del sistema televisivo. E non soltanto di quello.

[Carlo Sartori]

I Knowbotics a Firenze con un lavoro che usa l'informatica per fare spettacolo Ma il computer non recita a soggetto

I movimenti del pubblico sono «visti» da dei calcolatori che reagiscono in maniera pseudo-istintiva

Sarà possibile mettere firme digitali

Dal prossimo anno sarà possibile firmare «elettronicamente» qualsiasi documento, e la firma farà fede sia nei confronti degli uffici pubblici che dei privati. Lo stabilisce un decreto in via di pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale. A tal fine dovranno nascere delle «autorità di certificazione» che dovranno rilasciare le «firme digitali a chi ne fa richiesta» e che saranno pubblicate in appositi registri.

Balla con i bit. È possibile. Basta entrare nell'ambiente che i Knowbotic Research hanno allestito per Fabbrica Europa, nella Stazione Leopolda a Firenze. Uno degli eventi proposti dal progetto Interscena (www.interscena.net). Il gruppo di autori multimediali tedeschi, vincitori nel 1993 del Golden Nica al Festival Ars Electronica di Linz, è considerato una delle punte di diamante della new wave digitale. Con la loro ambientazione elettronica esplorano un database sulla ricerca scientifica in Antartide affidando ai knowbots (gli «agenti intelligenti» programmati per operare, selezionando informazioni, nelle reti telematiche) il compito di giocare con i dati come protagonisti di una fiction informatica. Più che di una fiction è di una coreografia che si tratta. E a interpretarla non sono danzatori ma gli spettatori circondati dai knowbots.

Funziona così. Uno spettatore mette una cuffia audio su cui è applicato un sensore magnetico che, intercettato da un *motion-capture* (un altro sensore appeso in alto) traduce il suo movimento dallo spazio fisico a quello digitale del computer. È solo un segno rosso quello che definisce questa presenza nella grande proiezione che rivela ciò che accade nell'hard disk del computer che i Knowbotic hanno programmato. Ogni azione provoca delle reazioni nei bit non per cercare dati ma per vivere: sì, vivere esprimendo funzioni non programmate. E tutto questo viene visualizzato sul grande schermo. I bit possono quindi esprimere dei comportamenti, atti senza psicologia s'intende. A confermarlo è poi Domenico Parisi dell'Istituto di Psicologia del Cnr. È di sensibilità che si tratta, ci conferma, ovvero di un'esperienza che va

oltre l'idea stessa di intelligenza artificiale fondata ancora sul paradigma delle macchine. A rendere evidente questo aspetto fondato sulla sensorialità è l'altra installazione di Interscena: Barriere di Ulrike Gabriel.

Due utenti siedono, l'uno di fronte all'altro, divisi da una pista d'acciaio su cui posano delle strane macchinine. Le frequenze delle loro onde cerebrali vengono rilevate dai sensori, analizzate e digitalizzate per poter aumentare l'intensità della luce proiettata sulla pista. Quando le macchinine sono colpite da luce sufficiente, iniziano a muoversi. Sono le onde cerebrali a muovere: solo che l'intensità è data non dalla quantità di concentrazione mentale ma dalla qualità dell'interazione tra i due personaggi.

Elio Sassu

Germania

Pubblicità e-mail stop agli abusi

Con una sentenza destinata a fare giurisprudenza, almeno in Germania, un tribunale di Traunstein ha imposto ad un operatore telematico di distribuire pubblicità elettronica su Internet solo dopo previa autorizzazione dei destinatari. Come ha spiegato l'altro giorno il quotidiano «Süddeutsche Zeitung» si tratta in pratica di un'invalicabile barriera contro le spedizioni in massa di e-mail pubblicitarie che anche in Germania offrono soprattutto collegamenti a siti a luci rosse e mirabolanti offerte di lavoro on-line. La ditta diffidata, se continuerà le sue spedizioni in massa, dovrà pagare una multa equivalente a quasi mezzo miliardo di lire. La sentenza, ha detto un esperto alla «SZ», è destinata a creare un «precedente giuridico» importante per impedire che le caselle postali elettroniche vengano costipate da centinaia di messaggi indesiderati i quali obbligano l'utente a perdere costoso tempo online per leggerle o anche solo per cancellarle (col rischio di eliminare anche-mail attese).

Web

Una pagina Ibm dedicata all'Euro

Un sito web dedicato esclusivamente all'Euro è stato creato dall'Ibm (all'indirizzo: <http://www.europe.ibm.com/euro>). L'Ibm ha anche condotto una ricerca su 30 mila manager nel settore dell'informatica scoprendo che solo il 12 per cento ha dichiarato di aver intrapreso delle azioni per prepararsi al passaggio alla moneta unica.

Comuni

È in rete il 40 per cento

Oltre il 40 per cento delle amministrazioni locali italiane ha già attivato o prevede di attivare entro breve tempo servizi telematici sul territorio. È quanto emerge dal primo rapporto sulle «città digitali», promosso da Assinform, l'associazione delle aziende di informatica e telecomunicazioni aderente alla Confindustria, e dalla Rur, l'associazione creata dal Censis per studiare i fenomeni urbani. Dall'indagine emerge inoltre che la sperimentazione di tecnologie avanzate in molte realtà italiane sta dimostrando che le organizzazioni locali non aspettano che gli organismi nazionali o sovranazionali definiscano di volta in volta gli standard per l'erogazione di nuovi servizi, preferendo la sperimentazione diretta di nuove soluzioni e mostrando una forte tendenza all'autogoverno.

Musica del Mondo

Quando il ritmo della passione ha incontrato la poesia tutto il mondo ha conosciuto il tango, quando il jazz e il rock si sono tuffati nel mar delle Antille tutto il mondo ha iniziato a ballare.



Caraibi

Salsa, merengue e mambo, le musiche più scatenate del Sudamerica. Un concentrato di ritmi latino-americani da ballare ed ascoltare tra un Cuba libre e una Piñacolada.

Argentina

Carlos Gardel, Astor Piazzolla, Hector Varela vi accompagnano alla scoperta del tango.

Ogni cd in edicola a sole L.16.000