



Lunedì 11 maggio 1998

12 l'Unità

GLI SPETTACOLI



2 Si conclude il nostro viaggio nel mondo della nuova televisione: quella digitale che viaggia attraverso i satelliti. Il classico salotto di casa si apre al mondo intero e ad una fruizione meno passiva. Almeno si spera.

Satelliti e nuove tecnologie aumenteranno enormemente l'offerta televisiva. Potremo scegliere e farci i nostri programmi. Ma dovremo anche abituarci a pagarli.

Radio, telefono e computer: tutto dentro la tv

ROMA. Nel prossimo autunno, la tv non sarà più, almeno per alcuni di noi, la nostra «mamma». Fatti adulti, dovremo scegliere con chi stare e per quanto tempo. Partirà infatti in ottobre sui canali tematici di Telepiù la pay per view. Ossia la possibilità di scegliere (e pagare) un solo spettacolo, un solo avvenimento sportivo, inviato sugli schermi domestici via satellite. Dal consumo passivo passivo, insomma, al consumo passivo-attivo: perché, per il concerto o per la partita, comunque non ci muoveremo da casa. L'offerta via satellite si arricchisce anche in assenza di un pubblico consistente. E così, racconta Giorgio Di Giulio, responsabile per Telepiù delle reti tematiche in digitale, in autunno si frutteranno gli spazi vuoti dei 25 canali tematici che già offrono diciassette partite e sette diversi punti di vista per la Formula 1, per offrire in pay per view dei film o dei singoli eventi sportivi. In futuro, il sistema si estenderà anche a concerti di qualsiasi genere. Ed è possibile ipotizzarlo per spettacoli teatrali, circhi. Sempre in autunno, sarà prodotta a Milano per Telepiù la versione italiana del Disney Channel, cartoni animati e non solo: film, serial, telefilm. La Disney vende il marchio, ma permette agli acquirenti di elaborare un prodotto il più possibile vicino ai gusti del pubblico italiano (in questo caso).

Un esperimento già fatto da Stream in questo mese, ma soltanto per gli abbonati via cavo, con quattro grandi eventi di lirica in pay per view: *Orfeo e Euridice* di Gluck dal San Carlo di Napoli il 3 maggio, *Roberto Devereux*, sempre dal San Carlo, il prossimo 31 maggio, il recital di Michael Bolton *My secret passion* dal Teatro Bellini di Catania (il 5 maggio), infine il 22 maggio, da Palermo, *Il Cavaliere della Rosa* di Strauss. Tra qualche mese, la serie «Una poltrona per tutti» andrà via satellite, e proporrà nella collana *The Best of Opera Italiana* i principali eventi di musica lirica in pay per view. Già prima dell'autunno, gli abbonati Telepiù orfani del *Weather Channel* (che ha chiuso) potranno sfiziarsi con un nuovissimo canale meteorologico, prodotto in Italia, visibile 24 ore su 24, con una informazione continua sui mutamenti climatici nelle diverse zone e mari. Ma per chi volesse proprio sapere quando pioverà nel cortile di casa, si sta preparando, per i prossimi mesi, un programma interattivo, che permetterà allo spettatore di «interrogare» la tv, ottenendo informazioni sempre più circostanziate sulla zona che gli interessa.

La trasmissione via satellite in digitale amplia enormemente, rispetto all'etere, la capacità, il flusso delle immagini e delle notizie. Nei suoi primi 100 giorni, ha trasmesso 500 ore di cultura religiosa *Sat 2000*, definita dai giornali «la tv dei vescovi», per-

ché finanziata da una fondazione che fa capo alla Conferenza episcopale. Il futuro prossimo di *Sat 2000*, dice il direttore Emanuele Milano, è «lo studio di un palinsesto autunnale più articolato, meno sovraccarico di quelli che restano comunque i nostri temi: più spazio alle sit com, a trasmissioni tipo *Cineparrocchia* (video amatoriali di vita religiosa, n.d.r.), un torneo di cultura religiosa. E stiamo sperimentando, dall'autunno dovrebbe essere una realtà, *Popotus*, una trasmissione per bambini», che ha lo stesso nome dell'inserito analogo di *Avenir*. Vedremo invece ancora squali e altre meraviglie del mondo subacqueo su *Discovery Channel*, tradizioni italiane, cucina e musica, interviste di approfondimento su *Rai International*, che dal primo gennaio 1999 farà parte di NRT, la nuova Raitre. Su satellite girerà anche *All news*, il canale di notizie 24 ore su 24 con approfondimenti

Un salotto nell'etere

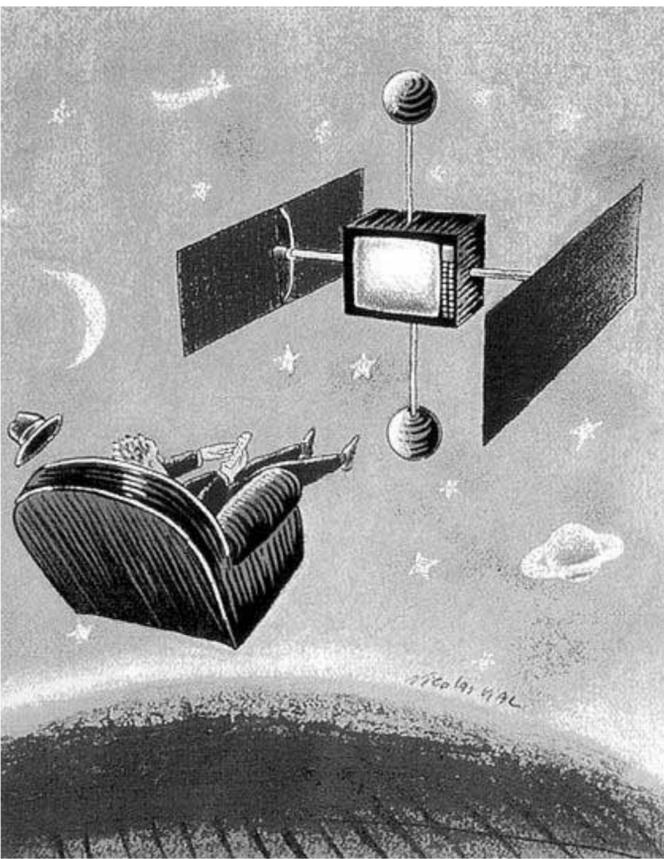
che viaggeranno via Internet. Il futuro-futuro è nell'integrazione dei mezzi di comunicazione, possibilmente «compattati» in un unico veicolo: nell'emissione, via satellite, nella ricezione, in un computer-televisore che, oltre ad Internet, comprende magari anche radio e telefono viva voce. Consigliata soprattutto per gli approfondimenti culturali, la nuova navigazione a più mezzi risponde allo slogan coniato da Carlo Sartori, direttore di Raitre: «dalla televisione per tutti, alla televisione per ciascuno»; e corrisponde alla realtà del consumo televisivo oggi più «evoluto», con le famiglie che albergano in casa anche quattro, cinque televisori: per la mamma, il papà, il figlio, il nonno. Ed eventualmente, in cucina, per la colf di un altro continente.

Isoggetti
Da Telepiù a Stream, da Raitre a Sat 2000, le reti fanno la gara a chi offre di più: sport, cultura, informazione e cartoon

Stream ha lanciato proprio all'inizio di questo mese il suo nuovo canale culturale, *Cult Network Italia*, che promette di non frammentare l'offerta in singoli eventi di spettacolo o d'arte, ma di indagare su ciò che vi è dietro, o a fianco. Per far ciò, si è affidato ad una società americana, la *Creative Network International* (CNI), che preparerà alcuni programmi di «intrattenimento culturale». Alcuni, come *Profili e Questo, quello e quell'altro*, presentano documentari di produzione italiana e internazionale sul mondo della cultura, dell'arte, della musica e dello spettacolo.

Nadia Tarantini

Digitale



Disegno di Nicolas Vial

centro multimediale, fulcro di un sistema che di volta in volta diventa cinema in casa, terminale per il televideo, edicola elettronica, negozio virtuale. L'elemento comune di questa trasformazione è il linguaggio digitale, e il mezzo principe per la sua diffusione è il satellite. La rivoluzione è cominciata, in tutto il mondo: negli Stati Uniti, dove *DirectTv* e *Dish*, i due principali operatori digitali, si contendono un ricchissimo mercato di teledipendenti, offrono loro centinaia di canali tematici e migliaia di film in «Pay Per View» (paga per vedere); in Europa, dove *Canal Plus* ha già raccolto nove milioni di abbonati alle sue pay tv (e sotto l'ombrello del gigante francese, c'è anche la nostra *Tele +*); in India, nell'estremo oriente e dei paesi dell'America Latina, terre di conquista per i nuovi tycoon televisivi come *Rupert Murdoch* (nelle favole di Rio ci sono più parabole che servizi igienici).

Ma tutto questo ha un prezzo, naturalmente: nel mondo della nuova tv digitale, nessuno ci resterà nulla. Dovremo imparare a pagare per vedere, abbandonando ai bouquet di tv tematiche, o acquistando, a colpi di telecomando, i prodotti «a valore aggiunto» che di volta in volta ci verranno offerti attraverso i ricevitori digitali (dai servizi di «home banking» ad internet via satellite). E non è detto che i tempi siano ma-

L'INTERVISTA

Balassone: «Il futuro? Una "marmellata" ma più democratica»

MILANO. Non si sbilancia più di tanto sugli scenari del futuro Stefano Balassone, consigliere d'amministrazione della Rai. Meno che mai su come sarà l'impronta «digitale» della tv pubblica, che dalle parti di viale Mazzini stanno mettendo a punto insieme a Telecom «Il digitale? Permetterà di distribuire a distanza un assortimento di prodotti più caratterizzati per temi e costi accettabili», è la risposta di routine diplomatica. Ma al di là della cautela, qualche frammento del domani televisivo prende forma nelle parole di Balassone. A cominciare dal rapporto con l'utenza.

«Non credo che gli attuali spettatori della televisione in chiaro siano un popolo in fermento. A cominciare dal rapporto con l'utenza. «Non credo che gli attuali spettatori della televisione in chiaro siano un popolo in fermento. A cominciare dal rapporto con l'utenza. «Non credo che gli attuali spettatori della televisione in chiaro siano un popolo in fermento. A cominciare dal rapporto con l'utenza.»



come questi saranno alimentati. La maggiore quantità dell'offerta permetterà di arrivare a una smentata e, quindi, ad una migliore qualità. Visto che arriviamo per ultimi, cosa dobbiamo imparare da chi è arrivato prima?

«In molti paesi lo sviluppo si è avuto con il grande sport e cinema. In Italia abbiamo più canali di qualunque altra nazione e sport e cinema sono già offerti in chiaro. Dalla nascita del digitale, molto tempo è passato e il business tende a cambiare. Un corretto rapporto tra costi e ricavi, potrà permettere di incrementare le pagine specialistiche. In ogni caso, lo sviluppo del digitale sarà più lento ed equilibrato della tv in chiaro. E oserei dire più democratico.»

«Capace di renderci più liberi nelle nostre scelte o più simile al Grande Fratello orwelliano? «Se uno non è libero, non sarà certo la televisione a liberarlo. La possibilità di scegliere più prodotti e l'incremento dei canali, sottendono il discorso su come questi saranno alimentati. La maggiore quantità dell'offerta permetterà di arrivare a una smentata e, quindi, ad una migliore qualità. Visto che arriviamo per ultimi, cosa dobbiamo imparare da chi è arrivato prima?»

«Ma i nuovi scenari finiranno per cambiare le abitudini dei telespettatori? «Il televisore di casa diventerà un apparato multifunzionale, una sorta di computer capace di offrire vari servizi. L'apporto dell'utente, a quel punto, sarà più variegato. Però non credo ad un mutamento delle abitudini. L'abbandonarsi o meno passivamente al nuovo flusso di proposte dipenderà dallo stile di vita di ognuno.»

I costi più contenuti del digitale, permetteranno di rea-

Bruno Vecchi

MARCELLO BERENGO GARDIN
LA VECCHIA tv ha i giorni contati. A sostenerlo non sono le solite cassandre degli uffici marketing, quelle che pur di vendere una nuova tecnologia sono disposte a firmare in largo anticipo il certificato di morte di quella vecchia, ma i dati di ascolto delle tv generaliste, in lento ma costante calo, e l'analisi dei dati statistici sulle abitudini del teledipendente, italiano o europeo.
Il «tempo libero», quello dedicato alla fruizione, più o meno casuale, del prodotto televisivo classico cala drasticamente. E nel telespettatore del nuovo millennio, nasce l'esigenza di scegliere,

GLOSSARIETTO

Da analogico a tematico le parole per vedere di più

Analogico. Sistema di trasmissione e ricezione che usa lo stesso linguaggio delle immagini televisive.
Bouquet. In francese, vuol dire mazzo di fiori, si usa per indicare un insieme di offerte televisive che usano lo stesso mezzo, e per esempio il satellite, come il «bouquet» di Telepiù, etc.
In futuro, sarà usata come la parola «palinsesto», che dà un'idea di offerta rigida: prendere o lasciare. Mentre «bouquet» sembra alludere alla libertà di scegliere.
Criptato. Dicesi di «decoder» che contiene un particolare codice segreto, inserito in una scheda, che permette la ricezione di programmi o canali a pagamento.
Decoder. Lo strumento che ser-

ve a «decodificare» il messaggio che arriva via satellite, attraverso la parabola, e a trasformare, insieme al ricevitore, gli impulsi in immagini. Il decoder può essere «free», libero e dare accesso a diverse emittenti (Rai, Mediaset, etc.) oppure «criptato» e consentire solo accessi a pagamento.
Digitale. Sistema di trasmissione e ricezione che usa lo stesso linguaggio del computer, il linguaggio «binario» perché fatto di coppie di segnali. Il digitale viene poi trasformato dal ricevitore in immagini.
Parabola. È detto dell'antenna tonda, che orientata permette la ricezione dei segnali dai satelliti.
Pay tv. È la tv a pagamento (per esempio, Stream e Telepiù). Ci si

abbona a canali tematici e si riceve un decoder criptato che «apre» il nostro televisore a quei programmi.
Pay per view. Ovvero «pagare per vedere», ci si abbona non ad un intero canale, ma, per esempio, al film del lunedì; oppure ad un film porno (negli alberghi più moderni vige già la «pay per view» destinata a questo genere). Si paga cioè soltanto per quello che si decide di vedere volta per volta.
Piattaforma digitale. Accordo tra diverse emittenti, per usare lo stesso linguaggio digitale nella trasmissione via satellite, permettendo agli utenti di ricevere, con un unico «decoder» (e solo con differenti schede) tutte le trasmissioni. Finora hanno aderito alla «piattaforma» Raitre, Canal plus, Stream.
Satellite. «Il» satellite sono diversi satelliti che girano sul nostro capo. «Il» satellite è in grado di trasmettere sia in linguaggio «analogico» che «digitale».
Tematico. Un canale tematico è un canale che trasmette soltanto sport, o cultura, etc.

addirà entro pochi mesi. Le stesse televisioni locali, grazie alle innovazioni tecnologiche e alla disponibilità, sempre più buon mercato, di «banda digitale», saliranno sui satelliti, alla conquista di nuovi potenziali acquirenti di tappeti persiani o di rivoluzionari aspirapolvere. La tv su richiesta (*Video On Demand*) cambierà radicalmente il nostro modo, sino ad ora passivo, di fruire l'evento televisivo. I servizi interattivi (da quelli ludici, che ci consentiranno di trasformare il nostro ricevitore in una console per videogames, a quelli commerciali, che ci faranno navigare tra gli scaffali di un supermercato virtuale) segneranno il nostro ingresso nel mondo del commercio elettronico.

E in Italia? Cosa succederà nel paese del caos televisivo, dove il teledipendente può contare su centinaia di emittenti «gratuite» (si fa per dire, anche noi paghiamo, seppure indirettamente, le nostre scritte davanti al teleschermo, attraverso il bombardamento pubblicitario al quale siamo sottoposti)? Le proiezioni sono incoraggianti: al milione di parabolizzati attuali, pionieri della nuova tecnologia, si aggiungeranno coloro che potranno ricevere la tv del futuro attraverso i sistemi condominiali (oggi in forte crescita) e le reti cablate (sia quelle in fibra ottica del progetto *Socrate* di Telecom che i vecchi doppiini di rame destinati al telefono domestico, oggi riciclabili per la tv digitale grazie ai nuovi sistemi di compressione del segnale).

L'offerta di tv tematiche in italiano, con l'ingresso di Rai e Tele+, nel business della tv digitale,

«Se mai ci stancheremo di tutto questo, potremo sempre girare la nostra parabola, affacciata verso il cielo, alla ricerca di nuovi segnali. C'è vita oltre lo schermo...»

*Caporedattore del mensile «Satellite»

l'Unità			
Tariffe di abbonamento		Tariffe pubblicitarie	
Italia	7 numeri 6 numeri	Annuale L. 480.000 Semestrale L. 250.000	5 numeri L. 380.000 Domenica L. 83.000
		6 numeri L. 430.000	6 numeri L. 200.000 Domenica L. 42.000
Estero			
	7 numeri 6 numeri	Annuale L. 850.000 Semestrale L. 700.000	5 numeri L. 420.000 Domenica L. 360.000
Per abbonarsi: versamento sul c.c.p.n. 269274 intestato a S.O.D.I.P. «ANGELO PATUZZI» s.p.a. Via Bettola 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)			
Area di Vendita			
Milano: via Giosè Carducci, 29 - Tel. 02/2424611 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/666211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 1/4 - Tel. 010/540184 - 5-6-7-8 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/807344 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/25952 - Firenze: via Don Minzioni, 46 - Tel. 055/561192 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/720511 - Bari: via Amendola, 1665 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 37/43 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lancola, 19 - Tel. 091/6235100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/588411 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/302520			
Pubblicità locale: P.M.L. PUBBLICITÀ ITALIANA MILITERRA S.r.l. Sole Legale: 20123 MILANO - Via Teulada, 50 - Tel. 02/7003302 - Telex: 02/70001941			
Direzione Generale e Operativa: 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/671691 - Telex: 02/67169750			
00192 ROMA - Via Boezio, 6 - Tel. 06/35781 - 20124 MILANO - Via S. Gregorio, 34 - Tel. 02/6716911			
40121 BOLOGNA - Via Canali, 81 - Tel. 051/252323 - 50129 FIRENZE - Via Don Minzioni, 48 - Tel. 055/578498/561277			
Stampa in fac-simile: Se Be Roma - Via Carlo Pesenti, 130			
PPM Industria Poligrafica, Paderno Dugnano (MI) - S. Stale dei Giovi, 137			
STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35			
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18			
l'Unità			
Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale unitamente al giornale l'Unità. Direttore responsabile Mino Fucillo. Iscriz. al n. 22 del 22/01/94 registro stampa del tribunale di Roma			

