

non si discute. Ma ci ha portati a leggere in privato, nell'intimità della nostra stanza. Un tempo, prima della stampa, si appendevano dei fogli, in genere dei papiri, in una piazza pubblica: era una lettura collettiva che portava, inevitabilmente a discussioni e scambi di opinioni. Era un'attività importante che stiamo riscoprendo proprio grazie a Internet».

A proposito di tempo, in Italia non ne stiamo perdendo troppo? Tutti i Paesi europei, Grecia compresa, si sono dotati di un'Agenda digitale per lo sviluppo della rete. Tutti tranne noi. E come banda larga...

«Non cominciamo con la banda larga. Quanta banda larga c'era al Cairo? Eppure l'Egitto è stato il primo Paese nel Mediterraneo che ha cambiato volto grazie a Internet e non certo per la banda larga. Come dice Tim Berner Lee: Internet è una innovazione sociale non tecnologica».

Però una rete veloce su tutto il territorio aiuterebbe, non crede?

«Lo so bene, ma è la parte meno importante. Se ci fissiamo solo su questo aspetto, dimentichiamo il punto di partenza: che te ne fai della banda larga? Che non è un dettaglio. Per-

IN TV i grossi network puntano su alta definizione e 3D per battere la concorrenza del web. Ma così la tv pubblica viene stritolata. Bisogna puntare su una "light tv" fatta di idee originali, programmi culturali, incubatori di emittenti locali...



ché se qui arriva Mago Merlino e ci dà 100 Mega condivisi noi, al massimo, li usiamo per stenderci il bucatino».

Perché manca un progetto.

«Perché non abbiamo ancora capito l'importanza di Internet. E non sappiamo come gestirlo. Il problema è una scelta di carattere politico. E non potrebbe essere altrimenti, perché Internet è politica allo stato puro. Non c'è un passaggio di Internet che non sia politico. E ovvio che ci devono essere servizi e strutture, ma prima ci devono essere le idee chiare. Prendiamo il WiFi: l'errore più grande, anche a sinistra, è stato pensare a un piano nazionale, come si trattasse di mettere in piedi una

grande sistema ferroviario, dalle Alpi a Lampedusa. Peccato che il WiFi sia più simile a un tram che a un treno: è un servizio locale che va pensato e realizzato a misura di città, anzi di quartiere. Negli Stati Uniti la connettività è prerogativa del Sindaco. E la connettività si pianifica partendo, non dai lussuosi giardini del centro, ma dalle periferie. A Washington la connettività è negli *slum*, nei quartieri poveri e periferici. La prima cosa da fare è portare la connessione dove c'è un problema di mobilità e di degrado. Se ti limiti a dire che a Villa Borghese ti puoi connettere, vuol dire che non hai un'idea industriale della connettività. Internet è una cosa seria».

Un ritardo di testa, più che di rete, d'accordo. Ma come lo recuperiamo?

«La risposta è in questo oggetto che ho in mano e col quale telefono o, guarda caso, navigo. Oggi in Italia il 30% dei cellulari è rappresentato da smartphone in grado di collegarsi. Questo sarà il primo anno in cui l'accesso a Internet, da noi, non avverrà più prevalentemente tramite computer. Mentre parliamo, c'è una vita che scorre dentro questi scatolini».

Qual è il Paese più avanzato nello sviluppo di Internet?

«Ce ne sono parecchi. Uno è la Finlandia e non solo come tecnologia, ma come modello sociale. E l'altro è il Portogallo. In questi due anni ha fatto una scelta coraggiosa: è il Paese europeo che ha aderito con più convinzione al progetto "one laptop" di Negroponte, cioè il computer da 100 dollari. Ne ha costruiti 500mila e li ha regalati a tutti gli studenti di quarta elementare. Una mossa intelligente. Hanno detto: oggi investiamo su questi ragazzini, poi fra dieci anni facciamo i conti con una generazione di smanettoni. Non dico che dobbiamo fare come loro, ma qualcosa dobbiamo fare».

C'è un conflitto di interessi web-tv?

«No, ma è iniziato un processo di convergenza. Nel mondo c'è una guerra tra i proprietari dei diritti del copyright televisivo e gli smanettoni. Cosa hanno pensato i proprietari dei diritti? Che l'unico modo per fregare Google e soci era rendere più pesante il segnale televisivo in modo che non entrasse nel buco di Internet: prima i grandi schermi, poi l'alta definizione, adesso il 3D. È un gioco al rialzo che avrà effetti devastanti».

In che senso?

«Non esisterà più una tv pubblica in grado di reggere su questi livelli. Chi te li dà i soldi per far concorrenza a quei giganti?».

Un quadro desolante. Che fare?

«Cambiare. I grandi fanno la *rich tv*? E tu piccolo servizio pubblico devi fare la *light tv*. Devi diventare un grande incubatore delle tv degli altri: tv piccole, tv locali, tv culturali. Quando il gioco si fa duro, i piccoli cambiano gioco. Anche questa è una regola dell'evoluzione». ❖

Come gli under 35 cambiano gli Usa



Katharine Zaleski, 30 anni **The Washington Post**

È stata soffiata all'Huffington Post dal colosso di Washington per far aumentare i suoi lettori on line. «La cosa bella di stare al Wp è che si ha la possibilità di sperimentare», spiega Zaleski a proposito di un esperimento di crowdsourcing lanciato in occasione della riforma sanitaria di Obama. «La grande novità in arrivo per i media on line? La personalizzazione dei profili informativi».



Tim Turner, 27 anni **The Kokomo Perspective**

Quando gli hanno chiesto di portare on line il piccolo settimanale locale ha stravolto tutto: video, streaming audio, live blogs e tutte le possibilità di interattività hanno fatto decollare il sito. «La grande novità in arrivo per i media on line? Google Tv farà per la televisione quello che l'iPhone ha fatto per i dispositivi mobili. Sarà l'occasione per realizzare delle vere tv locali», spiega Turner.



Mike Nizza, 32 anni **The Daily**

Essere il caporedattore del primo giornale digitale mai creato per iPad vuol dire giocare ogni momento con il destino del giornalismo. «Cerchiamo grandi notizie e il modo migliore per darle ai lettori, sfruttando la forza insita in strumenti così nuovi», spiega Nizza. «La grande novità in arrivo per i media on line? Portare più velocemente contenuti specifici sui luoghi e interessi cari al lettore».



Adam Stone, 32 anni **The Examiner**

Quando ha cominciato doveva scacciare l'idea che «il giornalismo di carta è morto». «Abbiamo rilanciato la carta e parallelamente siamo cresciuti sul web», spiega Stone. «Il motto è stato: le piccole notizie sono la grande notizia. La grande novità in arrivo per i media on line? Tecnologie economiche e affidabili che restituiscano la sensazione fisica di una pagina di carta».



Jigsha Desai, 29 anni **Knoxville News Sentinel**

Quando Jigsha arrivò a Knoxville era timida, non parlava bene l'inglese ed era ancora una cittadina dello Zambia. Ma ha rivoluzionato il suo giornale on line, ha vinto decine di premi e ha trasformato ogni cocciuto giornalista in un esperto multimediale. «La grande novità in arrivo per i media on line? Non devi essere tu a cercare le notizie, devono essere le notizie a trovare te con la geolocalizzazione che, a seconda di dove ti trovi, può far apparire sul tuo cellulare spunti e informazioni», spiega Jigsha.



Jennifer Bracken, 27 anni **The Morning Journal**

Eventi locali in video-streaming e una rubrica on line di enorme successo «Net me a job»: una piattaforma video per il collocamento di lettori disoccupati. «La grande novità in arrivo per i media on line? I codici QR in grado di far interagire direttamente gli utenti con un contenuto editoriale», spiega Jennifer.

Articolo tratto da www.editorandpublisher.com