



Un'installazione «catodica» in America FOTO DI CAIN PASCOE

COME CAMBIA INTERNET

E così la Rete si mangiò la tv

La corsa dei colossi web per diventare medium unico

Google parte da Kansas City e lancia Fiber (che ha per logo un coniglietto multicolore): Internet super veloce per realizzare anche il proprio palinsesto sullo schermo del pc

CESARE BUGUICCHIO
cbuguicchio@unita.it

ABBIAMO SEMPRE PENSATO (E SCRITTO) CHE, PRESTO O TARDI, IL WEB AVREBBE UCCISO LA TELEVISIONE. Che tutti quei tredicenni che passano il pomeriggio a guardare video su YouTube un giorno sarebbero diventati il pubblico di massa e, una volta messa su casa, avrebbero definitivamente soppiantato il focolare catodico (ormai diventato al plasma) e tutti i riti connessi alla sua devozione.

Un fatto nuovo cambia quello scenario e richiede qualche riflessione per ricalibrare analisi e previsioni. Tra pochi giorni (esattamente il 9 settembre) capiremo finalmente perché Dorothy e Toto ci tenevano tanto a lasciare Oz per tornare a casa.

Perché Kansas City, la dimora della ragazzina dalle scarpette fatate, sta per diventare la città con le rete web più veloce del mondo. A mettere in piedi il sistema di moderne fibre ottiche, e qui sta la notizia, ci sta pensando direttamente Google. Dunque, il sito web più visitato del mondo sta passando dall'immaterialità dei bit alla concretezza di un cavo, dalla sofisticatezza degli algoritmi matematici alla prosaicità di una bolletta, dalle nuvole di dati informatici alle fognature e alle cantine da dove far passare le arterie del nuovo servizio.

Kansas City (sia quella in Kansas che la omonima, e meno nota, in Missouri) sono state scelte per lanciare in via sperimentale la nuova Google Fiber, una rete che consente di trasferire dati 100 volte più velocemente di come si fa ora con le linee più veloci. Per dare un'idea, oggi i servizi di Fastweb vanno dai 10 Mbit al secondo della fibra ottica ai 20 dell'adsl. La punta sperimentale della compagnia italiana è 100 Mbit al secondo per chi è raggiunto dalla "Fibra 100". Bene, la Google Fiber e il coniglietto multicolore che le fa da logo, viaggiano a 1000 Mbit (o 1 Giga) al secondo. Ora sono a Kansas City, presto in tutto il mondo.

E cosa si può fare, viene da chiedersi, con questo super web? La prima, e solo in apparenza, sorprendente risposta arriva direttamente da Google: ci si guarda la tv. È lo stesso colosso di Mountain View a proporre un pacchetto "top" (120 dollari al mese e nessun costo di installazione) per far apparire nel nostro computer i programmi in altissima qualità HD di oltre 200 emittenti live, notizie e sport, show e film depositati nella banca dati on line Netflix e tante altre chicche televisive. Giusto per rendere l'idea, la pri-

ma immagine che appare nel lancio di Google Fiber è una bella partita di football.

Poi, certo, Google ci tiene a specificare che grazie ai suoi 1000 Mbit al secondo non vedremo mai più una barretta di scaricamento, che aprire email, scaricare qualsiasi tipo di documento, caricare on line centinaia di foto diventerà un gesto dal risultato istantaneo. Ma i messaggi più esaltanti per convincere i nuovi clienti sono dedicati alle potenzialità dell'incrocio tra web e tv, come la possibilità di registrare i programmi di otto canali contemporaneamente e riguardarli dove vogliamo, computer, tablet, smartphone, ecc..

GLI ADOLESCENTI PROSUMER

E i tredicenni tutto YouTube e Social network? Possibile che proprio Google li abbia dimenticati? Assolutamente no. Se mettiamo insieme l'ultima mossa della grande G con le intenzioni sempre più esplicite di Apple di entrare nel mercato tv abbiamo chiare le strategie del prossimo futuro. Il web non ucciderà la televisione, così come la tv non ha ucciso il cinema, la farà prigioniera. I colossi di web e tecnologia puntano alla convergenza. Puntano, per ora, a diventare i veicoli privilegiati su cui far viaggiare i contenuti di intrattenimento. È una questione di posizionamento strategico e di target generazionali. Dopotutto i tredicenni, per ora, restano chiusi nella loro cameretta e a spingere i tasti del telecomando in salotto (nell'offerta di Google Fiber il telecomando viene sostituito da un tablet che all'occorrenza diventa una tv portatile) sono ancora i genitori nati negli '60/'70.

Questo è il futuro prossimo. Guardando ancora più avanti possiamo notare che la proprietà di YouTube è proprio di Google e che accanto agli "user generated content" sta iniziando realizzare e finanziare produzioni video e veri palinsesti. E spesso i protagonisti sono proprio i più spigliati tra quei tredicenni. È, infatti, "prosumer" la parola magica che ci illumina sul nostro futuro. È la crisi delle parole "producer" (produttore) e "consumer" (consumatore) ed è il meccanismo che ha visto aziende come Facebook, Twitter e la stessa YouTube generare miliardi di dollari con contenuti prodotti gratuitamente e consumati (non proprio gratuitamente, e qui si torna al costo di accesso alle reti e ai supporti tecnologici) da tutti noi. Magari un giorno, prima che il futuro sia già il presente, fermiamoci a riflettere su questa sorta di schiavitù volontaria a cui ci siamo tutti sottoposti così gioiosamente...

IL LUNEDÌ DEI BAMBINI : Un Cyrano per l'infanzia appassionato di rime e versi PAG. 18

IL REPORTAGE : Viaggio nella sede italiana di Oppurtunity dove i libri hanno una

seconda chance PAG. 19 IL LIBRO : Biografia di Nannini, la rockstar ribelle PAG 20