

levisione che sposti il baricentro della gestione del contenuto dall'industria commerciale televisiva alla sfera psicologica attiva dell'utente". Ed è attorno a questo concetto che si sviluppano le pagine successive, riportando sempre l'attenzione del lettore sul ruolo attivo e partecipativo che l'utente potrà svolgere attraverso il digitale, se nel frattempo avrà maturato la consapevolezza del corretto uso di Internet.

Come purtroppo accade di vedere nei forum, nei blog, nelle mailing list, sono ancora pochi gli utenti "attivi" dei siti web, mentre le ricerche e le consultazioni si limitano prevalentemente a uno sfruttamento passivo della rete, senza costruire quel valore aggiunto che da anni si continua a stimolare e a richiedere.

La citazione di Fernando Pessoa che compare nelle prime pagine del volume ("Un uomo potrebbe, se possedesse la vera saggezza, godere dell'intero spettacolo del mondo da una sedia, senza saper leggere, senza parlare con nessuno, solo con l'uso dei sensi e con un'anima incapace di essere triste") riporta l'attenzione sull'individuo e sulla sua consapevole maturazione, sulla conoscenza che lo fa diventare partecipe di un sistema o di una rete, anche se non fisicamente presente e materialmente visibile. La partecipazione è ben altro dalla presenza fisica, e poggia proprio sulla consapevolezza di far parte di un gruppo, di un insieme, di un sistema, con obiettivi, regole e criteri riconosciuti e riconoscibili, condivisi e stabiliti, in una democratica reciproca partecipazione.

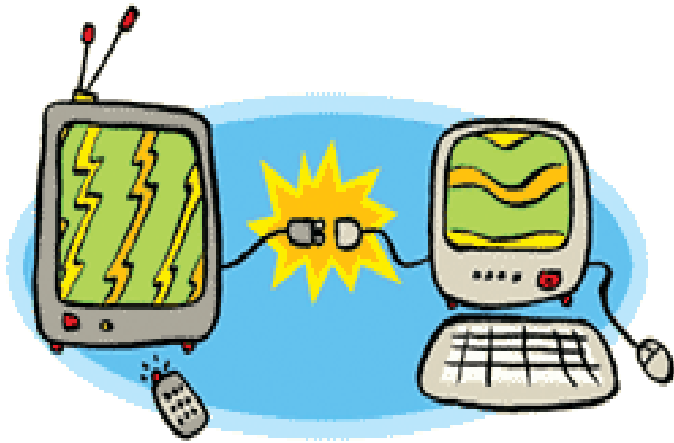
Dopo una prima carrellata storica, che dagli anni Cinquanta arriva ai tempi nostri,

*Enrico Pulcini*

***Click tv. Come Internet e il digitale cambieranno la televisione***

*Milano, Franco Angeli, 2006,  
p. 160, € 16,00*

Il volume, come sostiene l'autore<sup>1</sup> nell'*Introduzione*, "offre all'utente la possibilità di un nuovo rapporto con la te-



viene sottolineata in particolare l'innovazione introdotta da Internet, di cui ancora non si sfruttano completamente le molteplici potenzialità.

Come afferma George Gilder in *Dopo la televisione* (Roma, Castelvechi, 1994) "il teleputer (televisione e computer) rovescerà gli effetti della televisione. Piuttosto che esaltare la cultura di massa, il teleputer svilupperà l'individualismo. Piuttosto che coltivare la passività, promuoverà la creatività... attraverso questa rete di cristallo (quella delle fibre ottiche) possiamo riprenderci la nostra cultura liberandola dall'influenza centralizzata dei mass media...".

In questa citazione si trovano i concetti basilari del volume di Pulcini, che riportano sempre all'idea fondamentale di una partecipazione attiva e creativa dell'utente, il quale, grazie alla tv digitale, unisce il ruolo del computer a quello della televisione, modificando, creando, adattando i programmi utilizzando la propria fantasia e conoscenza.

Il mondo della rete è basato su tre diversi protocolli di comunicazione:

– HTTP (HyperText Transfer Protocol), necessario per digitare l'indirizzo della pagina ricercata;

– URL (Uniform Resource Locator), che identifica l'indirizzo esatto dell'erogatore del servizio;

– HTML (HyperText Markup Language), linguaggio basilare per creare i testi nel web. L'importanza di Internet in Italia è stata tale che si è avuto un aumento nel numero degli utenti da 22.000.000 nel 2003 a 31.000.000 nel 2006.<sup>2</sup> Molto tuttavia è ancora da fare per orientare e educare ad una scelta consapevole dello strumento e della tecnologia, spesso usata in maniera molto superficiale e discutibile. Si stanno creando gruppi di apprendimento in linea, forum e liste di discussione che, vertendo su specifici temi e contenuti, possono essere un riferimento specialistico per chi vuole avviare un dibattito e un confronto su determinate problematiche. Fondamentale, a questo proposito, il paragone con utenti internazionali che sono da più tempo nella rete e che hanno già fatto utili esperienze. Per questo è indispensabile la condivisione di una lingua comune che, attualmente, nella rete è la lingua inglese. Purtroppo in Italia non si riesce ancora ad avere una buona conoscenza di questa lingua veicolare che consente di mettere in relazione tut-

ti gli utenti di Internet. Basta dare una scorsa alle home page dei siti scientifici e culturali italiani per verificare come siamo ancora lontani dal possedere uno strumento di conoscenza effettivamente fruibile a livello internazionale.

Grazie allo sviluppo della tv digitale l'apparecchio televisivo riceverà segnali attraverso vie diverse (terrestre, cavo, satellite), in convergenza con il computer. In questo modo il televisore diventerà una sorta di super computer (teleputer) in grado di gestire le immagini televisive in modo digitale, come il computer elabora i dati e la grafica. Gli apparecchi televisivi interattivi che dialogheranno in rete realizzeranno la televisione di "seconda generazione".

L'utente futuro della "click tv" scaturirà anche da un mutamento antropologico: sarà un uomo interattivo che usa i diversi servizi disponibili e i nuovi sistemi informativi a seconda delle esigenze in continuo mutamento, realizzando quella figura già ipotizzata del "prosumer",<sup>3</sup> produttore e consumatore di informazione. In questa teoria rientra anche la *customized information*, informazione personalizzata, costruita sulle esigenze del "prosumer", consapevole delle esigenze dell'utenza del sistema.

Tra le varie soluzioni tecnologiche nello scenario analizzato nel libro c'è anche la IP-tv (Internet Protocol Television), diffusa attraverso le tecnologie Internet, ossia utilizzando la linea telefonica. La tecnologia muterà il rapporto tra utente e schermo televisivo, e la digitalità porterà all'interattività, mettendo il telespettatore in condizione di gestire il video in modo più intelligente e attivo.

Completano il volume un capitolo sulle *Tappe dell'evoluzione della televisione nel mondo e in Italia* (1932-2004), la *Bibliografia* e una *Sitografia sulla tv digitale e su quella satellitare* (operatori, associazioni, riviste e siti specializzati).

Paola Capitani

email

#### Note

<sup>1</sup> Enrico Pulcini, giornalista professionista e uno dei pionieri del giornalismo digitale, ha fondato Infocity, informazione su Internet in Italia; lavora al giornale radio Rai, per il quale si occupa di economia e innovazione tecnologica; ha pubblicato i volumi *Giornalismo su Internet* (Roma, Castelvechi, 1997); *Dopo Internet* (Roma, Castelvechi, 2003); *Scrivere, linkare, comunicare per il web* (Milano, Franco Angeli, 2001); <www.enricopulcini.it>.

<sup>2</sup> Fonte: Agcom-IDC.

<sup>3</sup> ALVIN TOFFLER, *The third wave*, 1980 [trad. it. *La terza ondata*, Milano, CDE, 1987].