



INTRODUZIONE

LE RIVOLUZIONI DELLA TECNOLOGIA VIDEO E IL LORO IMPATTO SUI MEDIA E SULLA REGOLAMENTAZIONE

Nell'attuale discorso sui media, una delle problematiche che presenta il maggior numero di implicazioni a lungo termine è, senza alcun dubbio, il modo in cui plasmiamo il sistema delle comunicazioni. Se è vero che il medium è il messaggio, e che i messaggi influenzano le persone e le istituzioni, allora le tecnologie mediali di oggi influiranno sui contenuti dei media di domani, e con esso sulla società, sulla cultura e sull'economia del futuro.

Perciò è importante rendersi conto che, per quanto riguarda le comunicazioni mediali, siamo prossimi a uno dei grandi balzi in avanti dell'umanità, e di conseguenza anche a una delle più importanti *disruption* degli ordinamenti sociali ed economici. Sulla base dei trend economici e tecnologici, il cambiamento nei media sarà sempre più rapido, e contribuirà a generare un'accelerazione senza precedenti nelle trasformazioni politiche e culturali.

Sono affermazioni forti, ma le dimostreremo in questo libro così come nel volume a esso complementare, *The Technology, Business,*

and Economics of Streaming Video,¹ che si occupano entrambi del presente e del futuro di un medium emergente: quello del video online.

In questo contesto, la tecnologia è il principale driver di cambiamento e, dato che si evolve a ritmo esponenziale, non è troppo presto per iniziare a pensare a come sarà la prossima generazione della televisione: in continuo cambiamento, globalizzata, esperienziale, personalizzata, immersiva, perlopiù interattiva e destinata a distogliere sempre di più l'attenzione dalla realtà. Non è troppo presto per iniziare a riflettere sulle sue economie, sul suo impatto sociale e sui cambiamenti che produrrà nelle politiche pubbliche. E per chiedersi: come si evolverà la situazione nei prossimi anni?

Sorge inoltre la domanda se alcune di queste imminenti trasformazioni siano (o possano essere considerate) negative per natura, e che atteggiamento possiamo assumere rispetto a esse. In particolare, dovremmo interrogarci su cosa fare rispetto al potere di mercato dei media globali, ovvero alla concentrazione di mercato che, come vedremo, è insita nel nuovo medium e porta, inevitabilmente, all'adozione di contromisure da parte dei governi.

Guardando al futuro, possiamo dedurre che nella prossima generazione della televisione i player centrali saranno quelle società che qui chiameremo «piattaforme video cloud» o più semplicemente «video cloud». Si tratta di operatori che svolgono una funzione intermedia-ria di provider di contenuti (aggregazione dei contenuti, marketing, relazioni con i clienti, placement e fatturazione), oltre alle funzioni di storage, distribuzione dei contenuti (*content delivery*) e interoperabilità tecnologica. Inoltre, effettuano complesse operazioni sui dati e offrono contenuti di ultima generazione immersivi, interattivi e personalizzati. Infine, giocano un ruolo sempre più significativo anche nella stessa produzione dei contenuti. Analizzeremo quindi in che modo questi provider ricopriranno un ruolo dominante nel sistema dei

1. Eli Noam, *The Technology, Economics, and Business of Streaming Video: The Next Generation of Media Emerges*, Edward Elgar Publishing, Northampton (MA) 2021.

media emergente, perché ce ne saranno pochi, come funzioneranno a livello globale e che impatto avranno sulla società.

Sono questi gli scopi del volume: analizzare quello che ci aspetta, accrescere le competenze di tutti gli utenti dei media – cioè qualsiasi persona sulla faccia della terra – chiedersi come sfruttare e agevolare gli aspetti positivi legati a questi cambiamenti ed esaminare come far fronte a quelli più negativi.

Questo nuovo modello di televisione ha cominciato a emergere di recente, con grande dinamismo in tutto il mondo. Perciò può sembrare un po' presto per pensare al suo impatto o al suo futuro. Ma la gente diceva la stessa cosa quando la tv broadcast trasmetteva immagini tremolanti in bianco e nero, o quando la televisione via cavo offriva quattro o cinque canali. Si può quindi affermare con certezza che la prossima generazione della televisione è alle porte, e niente sarà come prima: sarà molto di più.

Nel complesso si tende a sottovalutare l'impatto della terza generazione della televisione, proprio come è accaduto con le prime due. In passato, inoltre, le istituzioni sono rimaste indietro rispetto agli sviluppi della televisione, limitando le innovazioni e supportando le organizzazioni più tradizionali; lo stesso si verifica nel sistema dei media di oggi, governato da policy maker che cercano in ogni modo di stare al passo con i tempi, ma sono privi di una visione a lungo termine e perciò lasciano che vengano stipulati degli accordi a caso, che, una volta formalizzati, è difficile modificare o rimuovere.

Di fronte a una cultura che va sempre più veloce, le persone hanno tre possibilità: adattarsi a questo scenario in continua accelerazione, abbandonarlo oppure cambiarlo. La seconda opzione è sempre più irrealistica; in generale, si propende per la prima. Quanto alla terza, essere artefici di un cambiamento è sempre più difficile. Più veloci si va, meno tempo si ha per pensare a come influenzare il sistema circostante.²

2. Mads Haahr, «The Dreams of an Accelerated Culture», *Crossings: eJournal of Art and Technology*, vol. 1, n. 1, 2001, pp. 1-10.

Abbiamo il privilegio di vivere in un'epoca straordinaria. Nel giro di pochi anni, siamo passati da un sistema di comunicazione che offriva piccoli rivoli di informazioni su base individuale (pochi kilobit per secondo di trasmissione) a un vero e proprio flusso di informazioni (megabit), e presto saremo travolti da un'ondata di gigabit di comunicazioni a banda ultralarga. L'equivalente di passare dai cavalli, ai treni, alle automobili e alla diffusione massiccia dei jet privati, il tutto nel giro di pochi anni. In passato, si poteva usufruire solo di limitati canali di comunicazione su base individuale (le telecomunicazioni) e di pochi canali più grossi condivisi da milioni di spettatori che guardavano lo stesso programma nello stesso momento (il broadcast), sebbene il numero dei canali broadcast «in simultanea» fosse molto ridotto; oggi, invece, disponiamo di centinaia di canali broadcast e ci stiamo progressivamente dirigendo verso un sistema caratterizzato da un'infinità di flussi di contenuti «asincroni», poiché non è più necessario condividere la fruizione con gli altri spettatori, tranne nel caso di speciali eventi live.

Ma la quantità non è che un aspetto di questa trasformazione, quello più facile da prevedere. Il cambiamento sostanziale sta nel passaggio della tv da una tecnologia che si evolve lentamente, sottoposta a un controllo rigido e standardizzata, a una caratterizzata da dinamiche che somigliano sempre più a quelle di internet e della *information technology* (IT). La televisione esiste negli Stati Uniti dalla fine degli anni Trenta come un bene rivolto ai consumatori; negli ultimi ottant'anni, è passata da una tecnologia analogica in bianco e nero a un multichannel digitale ad alta definizione, ovviamente a colori. Secondo i nostri calcoli, il suo bitrate per canale di distribuzione è aumentato, stando larghi, con un tasso annuo di crescita (*compound annual growth rate*, CAGR) del 4%. Secondo la legge di Moore – che descrive i cambiamenti a livello tecnologico nel settore IT in base ai progressi dei semiconduttori sotterranei e prevede un raddoppio della complessità dei circuiti ogni due anni – il tasso dovrebbe essere del 40% all'anno, e quindi dieci volte più veloce.