



ANDREA BAGNOLINI

Responsabile Relazioni Esterne e con i Media

TELE-PA

OPINION LEADER



AREA: EDITORIA

telePA

Dalla tv generalista alla mobile tv: ubiquità dei contenuti vs nuovi modelli di consumo

La televisione generalista si è caratterizzata storicamente per due fondamentali caratteristiche, l'undirezionalità e l'omologazione, attraverso l'utilizzo di tecnologie in grado di raggiungere allo stesso tempo un gran numero di persone, secondo l'idea dell'informazione di massa: da me a tutti voi. A questa televisione corrispondeva un certo profilo di spettatore che fa parte dell'azione come testimone e dunque di consumo, passivo e spesso collettivo.

Con la globalizzazione dei prodotti e delle emittenti televisive che segna la fine dei mercati protetti, si assiste alla nascita di una nuova televisione sovranazionale via satellite e dunque di un nuovo telespettatore, in grado di consumare in modo attivo il prodotto televisivo, di

entrare in relazione con esso, talvolta diventandone attore.

Si comincia così con il pubblico che partecipa attivamente alle trasmissioni, telefonando, giocando, versando contributi di solidarietà, votando attraverso l'invio di sms, fino ad arrivare alla nascita del genere reality, con lo spettatore che diventa protagonista assoluto della scena, entrando con la propria vita direttamente dentro lo schermo e nelle case di tutti.

Lo stesso telecomando cambia gradualmente funzione da semplice strumento di selezione del programma prescelto a interfaccia interattivo che permette di aprire sullo schermo finestre di vario tipo piuttosto che collegarsi alla rete.

Ecco che la televisione generalista perde perciò di centralità a favore di una televisione sempre più multi-

piattaforma e multicanale, capace di variare dalla trasmissione terrestre a quella via satellite al cavo, con prodotti video in grado di essere distribuiti contemporaneamente sulla tv e sul web, fino ai dispositivi mobili.

Con la diffusione del digitale prima via satellite e poi sulla piattaforma terrestre si incrementa l'offerta televisiva, sia pay sia in chiaro, con un moltiplicarsi di canali tematici, dedicati a temi specifici dallo sport al cinema, dall'enogastronomia ai viaggi, dallo stile di vita all'informazione.

Ogni spettatore può se vuole costruirsi un proprio palinsesto, corrispondente alle proprie aspettative ed un proprio percorso di fruizione, potendo seguire lo stesso programma in televisione oppure sul web collegandosi alla rete attraverso portatili e palmari o ricevendo file sul telefonino contenenti notiziari o frammenti di partite di calcio.

I contenuti allora mutano contestualmente ai differenti percorsi di fruizione, con produzione di programmi sempre più interattivi, multimediali, ipertestuali e vedono così accresciuta la loro accessibilità; si diffondono anche e soprattutto attraverso la struttura diffusa e orizzontale della rete nuovi contenuti indipendenti, aperti, personali; dunque sempre meno unidirezionali ed omologati, ma sempre più ubiqui e non controllabili in un mondo di free lance, case di produzione indipendenti, videoblog, street tv, siti di controinformazione.

Caso emblematico di questo nuovo genere di medium partecipativo è Current TV, televisione americana i cui contenuti sono realizzati dagli stessi telespettatori, visibile on line all'indirizzo www.current.tv; video-reporter improvvisati inviano filmati alla redazione che con essi realizza un palinsesto giornaliero.