

ADDIO CASSETTA, ADDIO DVD OGGI IL FILM È IN "SOLITARIA"

IL RITO DEL NOLEGGIO PER RIUNIRSI TUTTI INSIEME
È TRAMONTATO, OGNUNO SI SCARICA LA "SUA" PELLICOLA.
BENE PER IL MERCATO, UN PO' MENO PER LA FAMIGLIA

di Alessandro Zaccuri



«Stasera noleggiamo un film?». Una domanda ripetuta spesso nelle nostre case; c'è un'intera generazione di ragazzi, o forse di genitori, cresciuta considerando la visione di un dvd come una festa in miniatura, un minimo lusso che

ci si concedeva per celebrare un compleanno o semplicemente per sancire il buonumore collettivo. Si potrebbe addirittura ripescare l'obsoleta definizione giuridica con cui le tv commerciali degli anni Ottanta difendevano il diritto a diffondere lo stesso programma in simultanea nelle diverse regioni del Paese. "Interconnessione per cassettazione", si chiamava e significava che, anziché irradiare il segnale da un'unica emittente, si spediva la stessa cassetta alle varie emittenti, che avevano il compito di mandarla in onda in perfetta sincronia. Ecco, molte famiglie, nel corso degli anni, si erano inventate il loro sistema di "cassettazione": prendere a noleggio un film sembrava il modo migliore per mettere al riparo i bambini dalle insidie della tv di flusso.

Ci sembrava di essere all'avanguardia e invece anche questa è storia antica. Blockbuster, il colosso del videonoleggio che nel 2000 controllava il 45% del mercato, vacilla da tempo sull'orlo del fallimento e anche in Italia i negozi della celebre ca-

tena gialloblù stanno chiudendo a ripetizione. Se negli Stati Uniti pesano (anche) le alternative a basso costo, a livello globale la vera concorrenza è esercitata da internet. Non solo attraverso il download illegale, ma anche e specialmente mediante le nuove forme di "noleggio virtuale". Non è un caso che nelle scorse settimane la notizia dell'aggravarsi della crisi di Blockbuster si sia incrociata con il lancio di Apple Tv2, un servizio online che promette di rivoluzionare l'esperienza della visione così come iTunes ha rivoluzionato quella dell'ascolto. Scatoletti, computer, film o telefilm à la carte, così ognuno può scegliersi il programma preferito.

Il nodo educativo, a ben vedere, è tutto qui, nell'evoluzione dei media in personal media. All'epoca dei dischi in vinile, per esempio, l'elpe poteva essere prestato, passare di mano in mano. Graffiarsi, certo, ma anche diventare occasione d'incontro. Un file mp3, invece, non si rovina e, di fatto, è replicabile e condivisibile all'infinito: ogni utente conserva la sua copia, non c'è più bisogno di ascoltare una canzone insieme. Con la televisione sta succedendo qualcosa del genere. Anzi, con videocassette e dvd è già successo. Anziché domandarci che cosa guarderemo stasera in salotto, presto o tardi ci troveremo a interrogarci su che cosa ciascun componente della famiglia ha scaricato e consumato per conto proprio. Un gran vantaggio per il mercato, non si discute. Un po' meno per le famiglie, però.

IL WEB È MORTO. DI CHI È LA COLPA?

Colpa nostra. Oppure colpa loro. Di sicuro, il web è morto, mentre internet gode di ottima salute. Il dibattito è stato lanciato dall'edizione americana della rivista "Wired", punto di riferimento per la cultura dei new media. Si tratta di questo: il web, e cioè la rete che permette di "fare qualcosa" (navigare da un sito all'altro, tenere aggiornato il proprio blog eccetera), si sta contraendo. Internet non è più una prateria libera e vagamente anarcoide; al contrario, assomiglia a un susseguirsi di giardini tenuti in ordine dalle varie "applicazioni" (Facebook, Twitter, gli innumerevoli microdispositivi per iPhone e compagnia). Il web richiedeva impegno per funzionare, l'internet stile "apps" è a prova di errore. Per questo la responsabilità di quanto accade è "nostra", afferma Chris Anderson, fondatore di "Wired": gli utenti si sono impigriti, non sono più i pionieri di una volta. No, replica un altro opinionista, Michael Wolff, bisogna prendersela con "loro", i grandi monopolisti come Jobs (il guru di Apple) o Zuckerberg (l'inventore di Facebook), che hanno intuito una nuova possibilità di profitti. Se ne parla, se ne parlerà. E magari ne riparleremo.