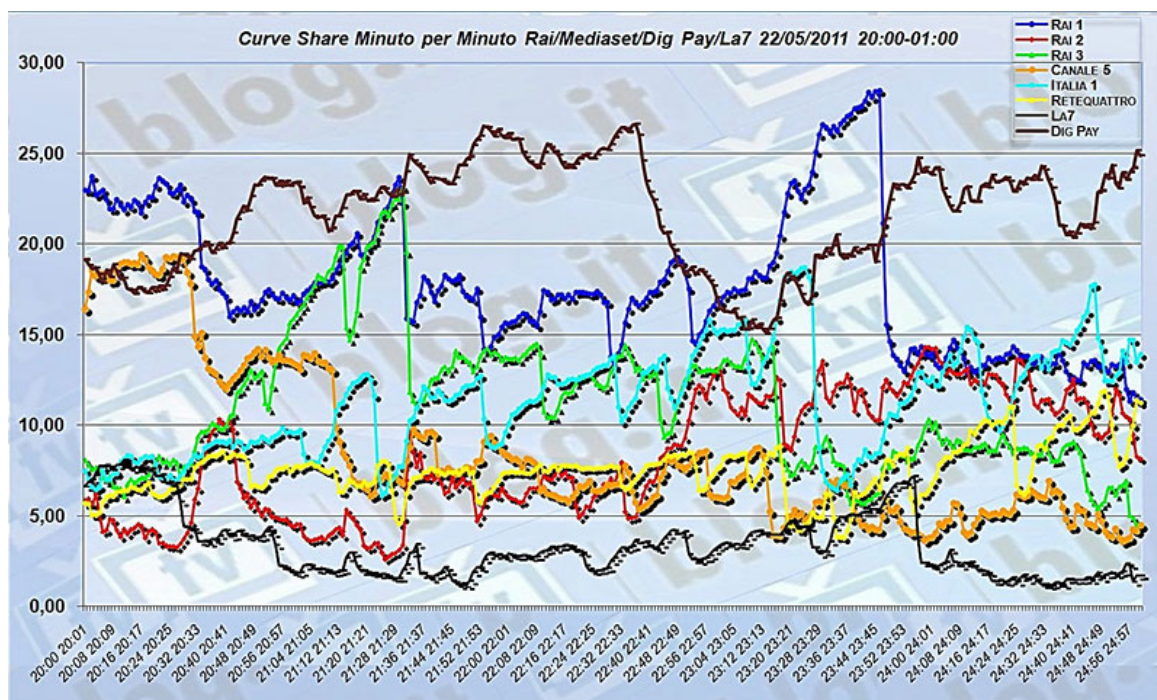


## PAROLE CHIAVE

### Molti

Il numero delle persone che guardano la televisione in Italia è calcolato dall'Auditel, un organismo che riunisce i tre principali attori del mercato televisivo: gli investitori pubblicitari, le agenzie che operano nel settore, le imprese emittenti. Le rilevazioni riguardano un campione statistico di oltre cinquemila famiglie – il panel – che rappresenta l'intera popolazione italiana. Un apparecchio elettronico – il meter – rileva automaticamente ogni giorno, minuto per minuto, l'ascolto di tutti i canali e di qualunque televisore presente nelle famiglie campione.

I dati raccolti vengono elaborati e messi a disposizione degli abbonati al servizio. Misurano l'audience di un programma, e cioè il numero medio degli spettatori che lo guardano; lo share, e cioè il rapporto tra gli ascoltatori di quel programma e il totale degli ascoltatori che stanno guardando la televisione in quel momento; la penetrazione, e cioè il rapporto percentuale tra gli ascoltatori di un certo tipo, ad esempio i quindicenni, e l'universo statistico di riferimento, vale a dire tutti i quindicenni d'Italia; i contatti netti, e cioè tutte le persone, diverse tra loro, che vedono almeno per un minuto un certo programma.



Curva dello share minuto per minuto in un grafico Auditel.

I risultati dell'Auditel decidono delle sorti di una trasmissione, e nessun professionista della televisione può permettersi di ignorarli. Ma il sistema è stato costruito con lo scopo di avere una comune base di valutazione dei prezzi della pubblicità, e dunque guarda principalmente al numero degli spettatori davanti al televisore. Altri fattori sfuggono alle rilevazioni. I più importanti sono la percezione della qualità e il gradimento, per i quali sono state condotte analisi specifiche con risultati a dir poco sorprendenti. Parecchie trasmissioni di grande ascolto, infatti, non sono neppure riuscite ad entrare in classifica.

## PAROLE CHIAVE

### Monopolio RAI

Fin dall'avvento della radio l'Italia fascista decise che allo stato spettava l'esclusiva sulle trasmissioni, da esercitarsi attraverso società concessionarie. Fu così nel 1924 con l'URI, l'Unione Radiofonica Italiana, e nel 1928 con l'EIAR, l'Ente Italiano per le Audizioni Radiofoniche. Le cose non cambiarono neppure nel 1944, quando dalle ceneri dell'EIAR nacque nella Roma liberata dagli alleati la RAI, Radio Audizioni Italiane.



Loghi rappresentativi in diversi periodi della tv di Stato italiana.

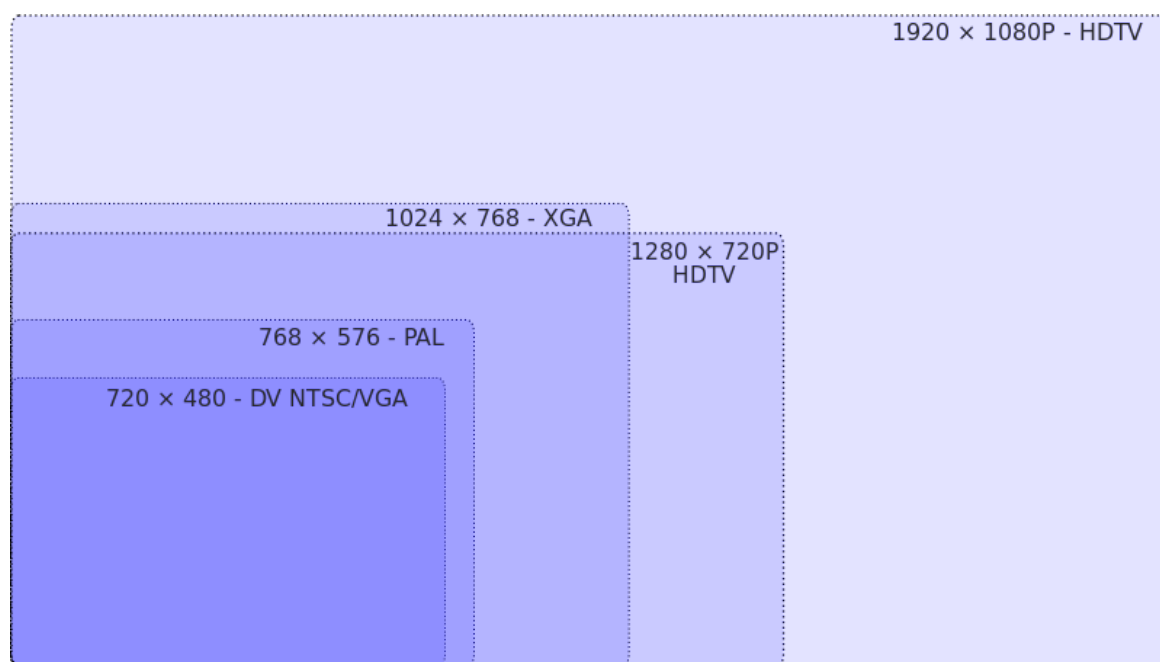
La televisione arrivò soltanto dieci anni più tardi, ma il monopolio rimase. Lo sviluppo del nuovo mezzo richiedeva investimenti che difficilmente i privati avrebbero potuto garantire, e c'erano forti preoccupazioni di tipo politico e sociale. La televisione era considerata un mezzo troppo potente per essere lasciata a se stessa, e tutti i governi in carica mantennero saldamente sotto controllo la RAI, nel frattempo diventata una società per azioni, garantendole adeguati finanziamenti con il sistema misto del canone e della pubblicità.

La RAI ebbe un ruolo importante nel consolidamento e nello sviluppo dell'Italia repubblicana. Ma nei primi anni Settanta la possibilità di trasmettere i segnali televisivi via cavo riaprì il dibattito sulla legittimità del monopolio, e nel 1976, anche sulla spinta di alcune sentenze della corte costituzionale, si arrivò ad una prima timida apertura del mercato alla concorrenza privata, limitata all'ambito locale. Negli anni successivi radio e televisioni private, con le loro spregiudicate scelte di palinsesto in netto contrasto con la vocazione pedagogica dell'azienda di servizio pubblico, ebbero un immediato successo. A metà degli anni Ottanta un intraprendente imprenditore con forti legami con la politica, Silvio Berlusconi, rastrellò le più importanti televisioni private della penisola e concepì l'idea di un network con un'unica programmazione, capace di fare concorrenza alla RAI sul piano nazionale. La legittimazione della iniziativa, che a molti pareva in contrasto con lo spirito delle leggi vigenti, arrivò con un decreto dell'allora primo ministro Bettino Craxi. Dal monopolio si passò al duopolio. Ma questa è un'altra storia.

## PAROLE CHIAVE

### Alta definizione

Il simbolo del cambiamento in campo televisivo è lo schermo piatto formato 16:9, con tecnologie a led o a plasma, che ha mandato in pensione il vecchio tubo catodico formato 4:3. Questo schermo, simile a quello dei computer, è in grado di ricevere e restituire al telespettatore immagini in alta definizione (HDTV) con fotogrammi più dettagliati di quelle standard (SDTV) perché “costruiti” con l’incrocio di un maggior numero di linee orizzontali e verticali.



Vari standard di formati video.

Ma da solo lo schermo non basta: occorre che l'intera filiera produttiva, dalle riprese al montaggio alla trasmissione del segnale, abbia le stesse caratteristiche. E questo, al momento, accade soltanto su un numero limitato di canali. Gli altri continuano a trasmettere con il vecchio sistema, a volte addirittura in 4:3.

Dopo l'attivazione del digitale terrestre su tutto il territorio nazionale il passaggio all'alta definizione sarebbe in realtà relativamente semplice. Ma le scelte delle emittenti televisive prendono in considerazione anche altri fattori, quali ad esempio il numero dei televisori di nuova generazione esistenti sul mercato, l'effettiva capacità di attrazione della nuova offerta sul pubblico televisivo, e l'incertezza sulle soluzioni tecniche da adottare che è tipica di ogni fase di transizione.

Anche voi, se deciderete di lavorare con le immagini, dovrete affrontare in piccolo gli stessi problemi. Qualsiasi telecamera amatoriale consente oggi di girare in alta definizione. Ma poiché i files HD pesano molto di più di quelli SD, avrete bisogno di un computer più potente per il montaggio e perderete ogni vantaggio se vorrete masterizzare il risultato su un DVD, che non supporta l'HD. Inoltre avrete bisogno di molto tempo per caricare il vostro filmato su Youtube, e i vostri amici avranno bisogno di connessioni veloci – e di molta pazienza – per rivederlo senza interruzioni. Il tutto per il dubbio vantaggio di una immagine marginalmente migliore, percepibile soltanto da un occhio esperto. Ne vale la pena?

## PAROLE CHIAVE

### 3D

Il cinema in 3D è un grande successo commerciale. La televisione ancora no. Sul mercato esistono molti modelli di apparecchi in grado di ricevere questo tipo di segnale, e sono disponibili telecamere, anche di livello amatoriale, in grado di effettuare le riprese. Poche grandi emittenti, però, si sono lanciate con decisione sulla strada del 3D perché non è ancora stato superato lo scoglio degli occhialini necessari alla visione, che non sono soltanto scomodi, ma possono creare problemi se usati per i lunghi periodi di tempo della fruizione televisiva. Il rischio di affaticamento degli occhi, con conseguenti nausea e mal di testa, è stato evidenziato dai produttori più seri, che hanno inserito nei loro apparecchi avvisi di cautela per tutelarsi da possibili azioni legali. Una precauzione che certo non aiuta la diffusione delle attuali tecnologie.



A sinistra uno stereoscopio, un vecchio metodo per visualizzare immagini in 3D.  
A destra una simpatica rappresentazione delle nuove tecnologie.

Per questo, in tutto il mondo gli ingegneri sono da tempo al lavoro sul 3D del futuro: televisori in grado di restituire il 3D senza gli occhialini. Già esistono i prototipi, ma utilizzano tecnologie molto costose, e funzionano soltanto se gli spettatori mantengono posizioni e distanze fisse dallo schermo. Due elementi che per il momento ne impediscono la commercializzazione.





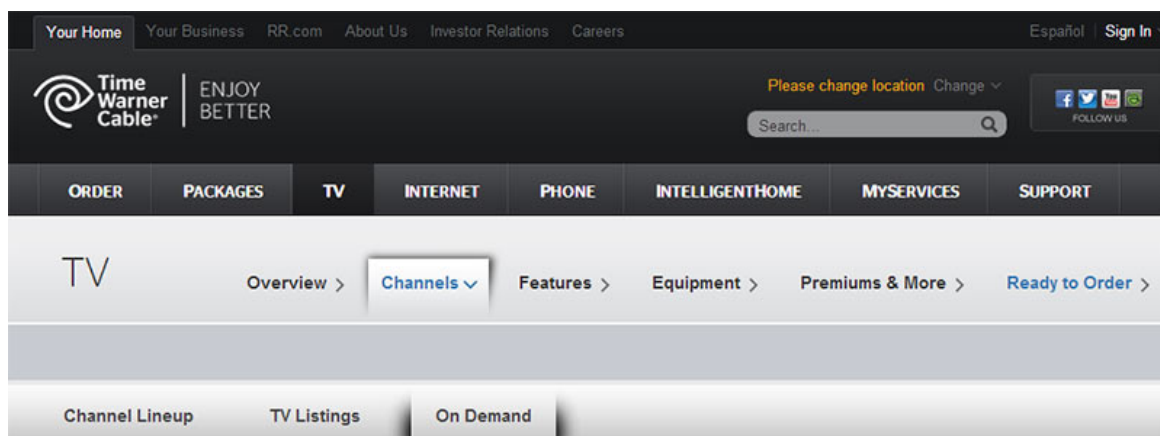
## PAROLE CHIAVE

### TV on demand

I primi utenti della televisione italiana non avevano scelta: guardavano quel che l'unica emittente disponibile, la RAI, decideva di trasmettere sull'unico canale disponibile. Poi sono arrivati altri canali e altre emittenti. Dapprima in numero limitato dalle frequenze del segnale analogico, poi, con i satelliti e il digitale terrestre, a centinaia.

Questa ricchezza di alternative aveva fino a non molto tempo fa un difetto: ogni canale costringeva comunque lo spettatore ad adattarsi alla sua programmazione e ai suoi orari di messa in onda. Ma anche questo è stato superato, prima con i video registratori, poi con la diffusione dei segnali televisivi via cavo e infine attraverso la banda larga, che ha aperto la strada della integrazione tra la televisione e il computer. Oggi chi usa il computer è in grado non soltanto di fruire dei programmi televisivi preferiti in qualsiasi momento della giornata, ma anche di costruirsi un proprio palinsesto personalizzato, sulla base dei propri gusti e dell'interesse del momento, saltando vincoli, barriere, confini nazionali.

Il passo successivo è dare questa possibilità anche al telespettatore medio, facendo in modo che televisione e computer diventino una cosa sola. Ci stanno lavorando, a volte insieme e a volte in concorrenza, sia le aziende informatiche leader, sia le principali emittenti televisive. L'obiettivo è un prodotto che unisca la qualità del segnale televisivo alla piena interattività, consentendo all'utente di inviare istruzioni allo schermo attraverso telecomandi evoluti, ma semplici da usare. Dal punto di vista tecnologico sono già stati superati quasi tutti gli ostacoli. Ma, come sempre accade quando la posta in gioco è un mercato miliardario, non c'è ancora un accordo comunemente accettato sulle strade da seguire.





Exercise Sportskool

Food Network

FOX

Fuel TV

FX

G4

Golf Channel

Hallmark

HGTV

History

Hub

IFC Free

Investigation Discovery

Kabillion

K-Pop

Lifetime Movies Net.

Logo

Military Channel

MTV

MTV2

Mun2

Music Choice

Nat Geo

Nat Geo Wild

NBC

NFL Network

Nick Jr.

Nick Mom

Nickelodeon

OWN

Oxygen

Palladia

RLTV

Science

Shalom TV

Smithsonian HD

SOAPnet

Speed Channel

Spike TV

Sportskool

Sprout

Style

Sundance

Syfy

TBS

TCM

TeenNick

Telemundo

TLC

TNT

Tr3s

Travel Channel

truTV

TV Land

TV One

TVGN

Univision

USA Network

VH1

RegShow: Family BBQ  
Cartoon Network

AdvTime: Candy Streets  
Cartoon Network

SpongeBob SquarePants  
Nickelodeon

Teen Titans Go! 7a  
Cartoon Network

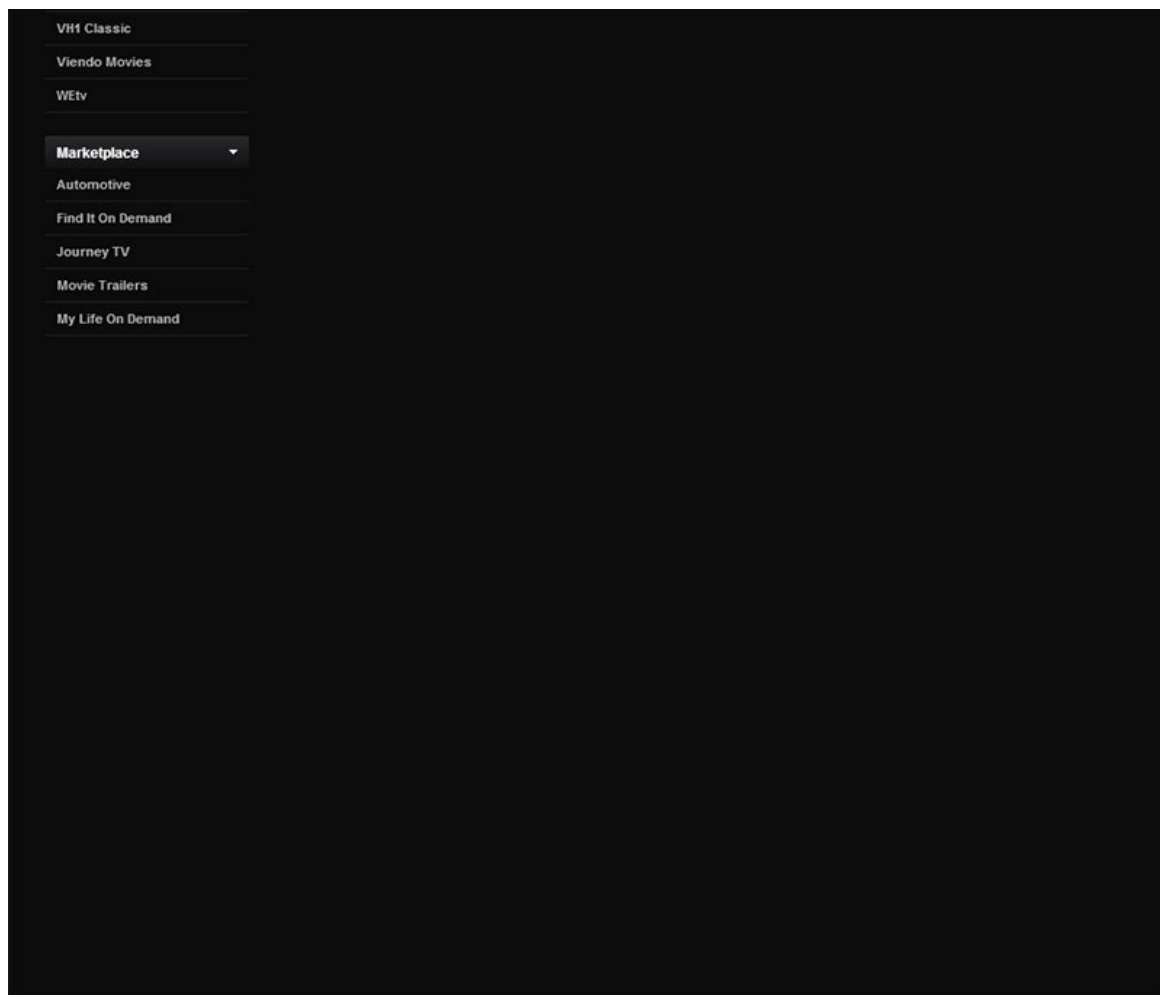
Live Events

Countdown To UFC 162  
Movies

WWE: Payback HD  
Movies

WWE Presents: nWo - T  
Movies

TNA: Slammiversary HD  
Movies



#### Products

Packages  
TV  
Internet  
Phone  
IntelligentHome

#### Services

Pay Your Bill Online  
Ways to Pay Your Bill  
Moving?  
MyServices Login  
TWC Apps  
Check Your Email

#### Support

Browse Support  
Program Your Remote  
Channel Lineup  
Closed Captioning  
Welcome to TWC  
TV Parental Controls  
Internet Safety






#### Contact Us

Live Chat  
Contact Us  
Investor Relations  
TWC Stores  
Careers

#### Other Sites

TWC Conversations  
Cable Media Sales  
Community Solutions  
Connect a Million Minds  
Mi Cultura  
TV Commercials  
TWC SportsNet  
TWC Exclusives

#### Follow Us

 Facebook  
 Twitter  
 YouTube  
 Untangled Blog  
 TWC Forums

[Privacy Policy](#) | [Terms, Conditions & Policies](#) | [Regulatory](#) | [Forward-Looking Statements Caution](#) | [California Privacy Rights](#) | [Website Terms of Use](#)  
© 2004-2013 Time Warner Cable Enterprises LLC. All rights reserved. Time Warner Cable and the Time Warner Cable logo are trademarks of Time Warner Inc., used under license.

I contenuti di una TV on demand possono essere davvero molti.



## PAROLE CHIAVE

### Conduttore

Nell'era del monopolio RAI i telegiornali erano gli unici e indiscussi titolari dell'informazione televisiva. Anche le trasmissioni di approfondimento – la prima, nel 1963, fu TV7 – dipendevano da loro, e venivano per lo più realizzate dai giornalisti della testata.

Le cose sono cambiate con l'arrivo della concorrenza, la moltiplicazione delle reti e delle testate, e la necessità di rendere meno paludata l'informazione per attirare un pubblico sfinito dalla successione di telegiornali fotocopia ad ogni ora del giorno e della notte.

Attorno ai temi caldi del momento sono state costruite trasmissioni su misura, a volte gestite con criteri giornalistici, a volte giocando sulla vivacità del dibattito tra ospiti di diverso orientamento politico, a volte puntando tutto sulla spettacolarità delle immagini. E quasi sempre queste trasmissioni sono state sottratte alla diretta responsabilità delle testate giornalistiche e passate a quella delle reti, come un qualsiasi varietà.



Il giornalista e conduttore televisivo Michele Santoro ha ideato e condotto diversi talk show e programmi di informazione, tra cui Annozero e Servizio pubblico.

In un quadro di questo genere ha assunto una importanza fondamentale la figura del conduttore in quanto figura caratterizzante del programma, che è cosa ben diversa dai conduttori dei telegiornali, spesso poco più che speaker di notizie scritte da altri. I nomi di questi signori del video sono noti. Qualcuno è più aggressivo, qualche altro più morbido, qualcuno nasconde con consumata maestria la parzialità delle sue posizioni, qualche altro la esibisce come titolo di merito. Ma al di là delle differenze tutti sono accomunati dalla necessità di fare spettacolo, e di farlo sfruttando il rapporto che nel corso degli anni hanno saputo costruire con il proprio pubblico.

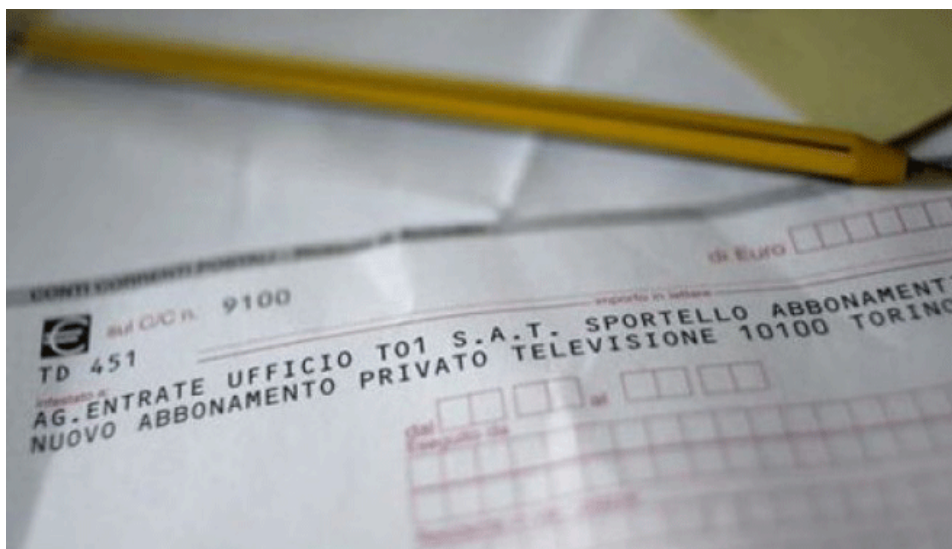
## PAROLE CHIAVE

### Canone

L'ammontare del canone viene stabilito ogni anno con un decreto del ministero dello sviluppo economico e copre circa il 60% delle entrate RAI. La raccolta pubblicitaria contribuisce per oltre il 30% e il resto arriva da altri ricavi di natura commerciale, principalmente cessione di diritti. Ma il canone è anche una delle imposte più evase: nel 2012 non lo pagava il 44% degli italiani, con punte del 90% in alcune regioni del sud. Questo spiega i martellanti spot aziendali, che a fine anno invitano i telespettatori a mettersi in regola. La RAI, infatti, non è un servizio pubblico fornito dallo stato, ma una società per azioni a capitale misto concessionaria di un servizio pubblico, e come tale risponde a normali logiche di mercato.

Per combattere l'evasione era stato proposto di riscuotere l'imposta attraverso una maggiorazione delle bollette elettriche, oppure di destinare alla RAI una parte del gettito fiscale generale, ma per il momento non se ne è fatto nulla. Il guazzabuglio giuridico nasce anche dalla caratteristica dell'imposta, che è legata al possesso di "apparecchi atti o adattabili alla ricezione di audioaudizioni", e dunque, in teoria, anche al possesso di computer o smartphone. L'interpretazione corrente della legge, però, limita il campo ai soli televisori.

Va peraltro sottolineato che il canone non esiste soltanto in Italia. Ogni paese adotta formule diverse, ma c'è un consenso quasi generale sulla idea che il servizio pubblico radiotelevisivo costituisca una componente importante di qualsiasi sistema democratico, e in quanto tale debba essere almeno in parte finanziato dalla collettività.



Il bollettino postale per il pagamento del canone RAI.