

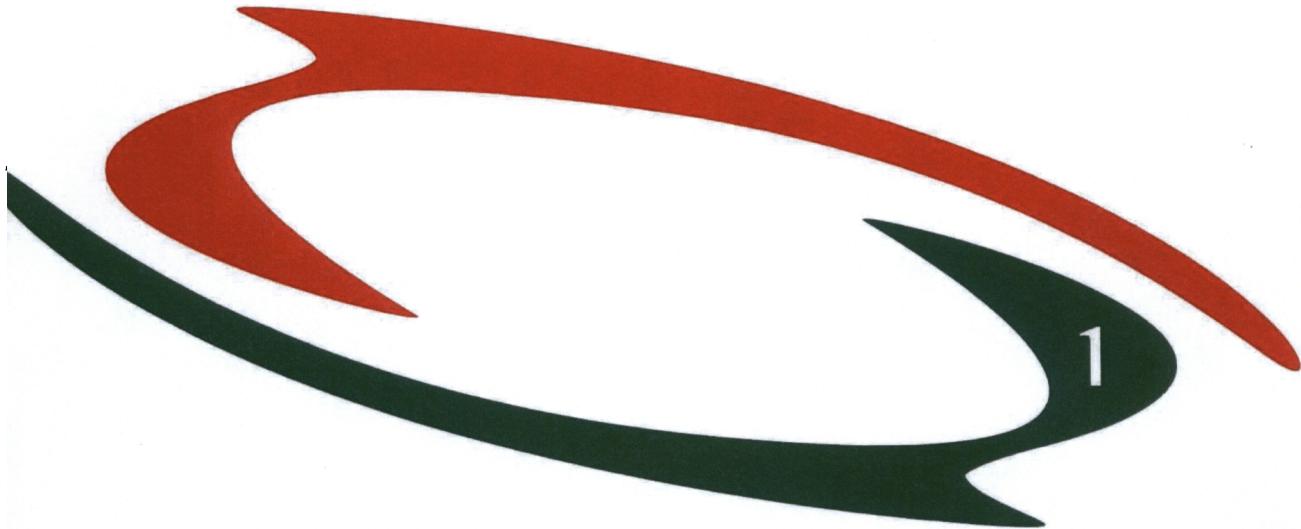
PARTE I

L'evoluzione del quadro economico-regolamentare e il ruolo dell'Autorità



PAGINA BIANCA

L'ecosistema digitale



PAGINA BIANCA

1. L'ecosistema digitale

1.1. Introduzione

La dieta mediatica dei cittadini è composta da un numero sempre crescente di servizi digitali, che nutrono i bisogni di comunicazione, di informazione e di intrattenimento soddisfatti dagli operatori di telecomunicazione e del settore postale, dalle imprese radiotelevisive e del comparto editoriale. Le comunicazioni personali, orali e in forma scritta, si traducono in servizi vocali di telefonia e di videochiamata o in servizi testuali come sms, messaggistica istantanea, posta elettronica, oltre che nei tradizionali servizi di corrispondenza. Le comunicazioni di massa si declinano nei servizi *media* radiotelevisivi e a stampa, cui si associano i servizi di editoria elettronica e audiovisivi su internet, un'area che comprende *media* lineari e non lineari, variamente composta da servizi IPTV, web-tv, internet tv, nonché dalla *over-the-top* tv (OTT-tv) e aggregatori di video online. Trasversali alla storica dicotomia delle comunicazioni, personali *versus* di massa, sono i servizi di *social networking*, i giochi interattivi, i blog e le trasmissioni attraverso la nuvola (c.d. *cloud*). L'insieme di questi servizi è comunemente utilizzato dagli utenti e la dieta mediatica, pertanto, non si riferisce solo alla composizione del paniere di servizi di comunicazione utilizzati dall'utente, ma rimanda agli stili di vita e alle abitudini dei cittadini, che in questi ultimi anni appaiono in continua e profonda trasformazione.

Dall'analisi dei consumi medi in Italia nel 2012, si conferma la centralità dei contenuti audiovisivi, che assorbono circa due ore delle giornate di ogni italiano, ossia il 42% dei totali 274 minuti dedicati alla comunicazione (Figura 1.1). Va tuttavia rilevato come la tradizionale unità di misura temporale (minuti) presenti un potere esplicativo ridotto nell'ecosistema digitale delle comunicazioni: difatti, l'alimentazione televisiva è accompagnata sempre più di frequente dal consumo, contemporaneo, di altri servizi mediatici (*multitasking*) e la progressiva importanza di internet tende a privilegiare il *bit* come unità di misura dell'informazione e della conoscenza. In tal senso, ogni giorno sono consumati circa 36GB a persona. Oltre ai consumi relativi all'editoria elettronica (con circa 5 mila *e-book* acquistati ogni giorno in Italia), nel paniere dell'utente medio sono altresì comprese le comunicazioni interpersonali, sia orali, con 10 minuti di telefonate, che scritte, con 30 *short e instant messaging* e 21 lettere, cartacee o elettroniche. Infine, le comunicazioni sociali svolte in Rete occupano, in media, oltre 20 minuti al giorno.

La dieta mediatica

e le abitudini degli italiani.

Figura 1.1. I servizi di comunicazione – Consumi giornalieri per persona in Italia nel 2012



Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Istat, Oecd e operatori

Relazione annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro

2013

Le trasformazioni in atto:	Alla base dei mutamenti in corso nel tessuto sociale ed economico che delinea lo sfondo in cui opera l'industria delle comunicazioni e dell'informazione si pongono tre processi innescati da innovazioni tecnologiche – ossia la digitalizzazione dei segnali e dei supporti trasmissivi, la progressiva affermazione delle reti e dei servizi basati sul protocollo internet, nonché la diffusione di piattaforme di <i>social networking</i> – la cui portata è diversa, a ben guardare, in termini diacronici (Figura 1.2).
- <i>all-digital</i>	Difatti, le fonti e la provenienza dei servizi elettronici disponibili e consumati dai cittadini sono costituite da reti fisiche e logiche che utilizzano in misura intensa – è oramai un dato di fatto – le tecniche di trasmissione numerica. Innanzitutto, si tratta delle reti di comunicazione elettronica che trasmettono i segnali di comunicazione interpersonale e i servizi <i>media</i> : le tradizionali reti metalliche in rame elicoidale, le nuove reti in fibra ottica e quelle mobili a banda larga, nonché le reti diffuse del segnale radiotelevisivo solo per menzionare le principali reti elettroniche fondate sui sistemi digitali. Allo stesso modo, ampio è a questo punto il ricorso a risorse digitali nelle piattaforme applicative e nei sistemi di gestione dei clienti utilizzati come bene intermedio da parte degli operatori di tlc, dei fornitori di servizi postali e delle imprese <i>media</i> impegnati nella produzione di servizi destinati agli utenti finali. Il digitale tende, dunque, nel suo processo di espansione a riempire l'insieme delle comunicazioni.
- <i>offline vs online</i>	All'interno del processo di digitalizzazione delle reti e dei servizi di comunicazione elettronica – che come detto risulta in fase avanzata – una questione centrale, oggi e nel prossimo futuro, è data dal rapporto tra l'universo <i>offline</i> e quello <i>online</i> . Nascono <i>offline</i> i servizi di comunicazione, di <i>media</i> audiovisivi ed editoriali forniti per mezzo delle reti diffuse e delle infrastrutture <i>wireline</i> e <i>wireless</i> . Al fianco di questi servizi si collocano quelli disponibili <i>online</i> , che in virtù della versatilità del protocollo internet assumono talvolta le forme dei tradizionali servizi voce, video e testo, talaltra configurano nuovi prodotti nativi digitali, di comunicazione e non. L'endiali <i>offline</i> e <i>online</i> caratterizzerà, nel prossimo futuro, lo sviluppo dell'ecosistema digitale e del sistema economico nel suo complesso.
- <i>social networking</i> .	Il fenomeno riguardante la diffusione delle piattaforme di <i>social networking</i> , che incorporano una porzione crescente di applicazioni e servizi internet, benché produca effetti già allo stato attuale, appare destinato a incidere in profondità, nel medio periodo, sulle abitudini di consumo degli utenti e sulle strategie degli operatori. Tali piattaforme riassumono, del resto, due fondamentali tendenze rilevabili nell'ecosistema di internet: la rinnovata centralità dei contenuti e la compresenza sinergica di pratiche di fruizione sociale delle comunicazioni digitali con modalità di accesso alla rete sempre più orientate a una prevalenza del <i>mobile</i> e <i>always on</i> . La pervasività delle pratiche di <i>social networking</i> appare idonea, nel lungo periodo, a rendere labili i confini tra le comunicazioni personali e quelle di massa.
I prossimi sviluppi: processi di sostituzione	La traiettoria che seguirà il percorso evolutivo dell'ecosistema digitale è aperta, allo stato attuale, a diversi sviluppi. I fenomeni di sostituzione sono osservati nel campo della voce e delle comunicazioni di testo, tra i servizi VoIP e di <i>instant messaging</i> forniti dagli operatori di tlc (c.d. servizi <i>managed</i>) e dagli <i>over-the-top</i> (<i>unmanaged</i>), nonché nel mondo dei <i>media</i> , tra i servizi lineari tradizionalmente appannaggio dei <i>broadcaster</i> e i servizi non lineari che sono terreno di conquista per i colossi di internet. I servizi di posta elettronica e i <i>social network</i> rappresentano in taluni casi soluzioni alternative alle tradizionali chiamate telefoniche e alle comunicazioni per corrispondenza.