

Il Servizio DNB Digital Newspapers Broadcasting ovvero “Raiedicola”

di Federico Rocchi

Da molto tempo si tentano canali alternativi alla tradizionale catena di produzione e distribuzione di stampati. L'esplosione del “fenomeno telematica” degli ultimi dieci anni aveva fatto intravedere la possibilità non di sostituire ma di affiancare la stampa e la vendita di giornali e riviste con la composizione e trasmissione a distanza attraverso mezzi elettronici.

Il servizio **Digital Newspapers Broadcasting (DNB o più amichevolmente “Raiedicola”)** si propone come piattaforma alternativa di distribuzione per contenuti di tipo giornalistico o più in generale contenuti testuali, grafici e fotografici, capace di superare tutti i problemi che hanno frenato la diffusione telematica dei prodotti presenti anche in edicola.

L'ostacolo, fino ad oggi insormontabile, è da sempre rappresentato dalla volontà di salvaguardare il “core business” delle aziende editoriali. In sostanza le preoccupazioni riguardano la concorrenza che tale canale potrebbe fare alla vendita in edicola, ma anche la possibilità di aggirare eventuali sistemi anticopia predisposti per impedire la duplicazione illegale della pubblicazione, con il risultato di perdere sia gli introiti delle vendite in edicola sia gli introiti della vendita telematica. Con la “piattaforma DNB”, realizzabile grazie alla tecnologia televisiva Digitale Terrestre, il principale ostacolo, quello della possibilità di copia illegale, è superato per definizione: nessun STB prevede la possibilità di esportare all'esterno un file ricevuto attraverso l'antenna e memorizzato nella sua memoria RAM.

Il servizio DNB si presenta sotto tutti i punti di vista come servizio estremamente scalabile, scalabile nei costi di produzione così come nel prezzo di vendita, garantendo quella flessibilità dell'offerta che è alla base del successo del marketing dei prodotti immateriali di non primaria necessità. La larghezza di banda richiesta è minima e non decisiva per la fruizione corretta del servizio, in funzione ad esempio del numero di pubblicazioni presenti nel “bouquet” offerto. Non rappresenta un “collo di bottiglia” nella catena distributiva data la natura stessa dell'informazione trasmessa, che non necessita di essere rinfrescata in tempo reale ma nella peggiore delle ipotesi ogni 24 ore.

Concettualmente, il servizio DNB è simile all'offerta di distribuzione di dati IP via satellite (es. [sat@once](#) ricevibile dal satellite Astra a 19°) oppure ai servizi "walled garden" già offerti in Inghilterra e veicolati dalla locale piattaforma digitale terrestre, ma con alcune importanti precisazioni. Innanzitutto i contenuti del servizio DNB non sono "porting" di siti internet selezionati e scaricati nel ricevitore domestico ma dati, strutturati secondo un opportuno formato (anche studiato *ad hoc* e possibilmente simile al formato "pdf" di Adobe) rappresentanti la versione digitalizzata di giornali quotidiani, periodici o qualsiasi pubblicazione già presente in forma cartacea. La necessità di essere una duplicazione di un prodotto già esistente si spiega con la volontà di offrire un servizio realmente innovativo (differente da Televideo e/o dai siti internet delle testate giornalistiche), che non può essere fruito attraverso altri mezzi come la rete internet e con la precisa volontà di mantenere massimamente bassi i costi di produzione. Non prevedere uno sviluppo di contenuti studiati appositamente *ex novo*, ma puntare tutto sulla riproposizione di informazione nella forma e nei contenuti in tutto simili alla versione già in produzione e distribuzione, non solo concorre al massimo risparmio ma soddisfa uno dei requisiti base della socializzazione derivante dalla comunicazione: fino ad oggi, infatti, non è stato possibile socializzare facilmente contenuti simili ma non completamente uguali come la versione cartacea e la versione internet di un giornale quotidiano. Grazie al servizio DNB sarà invece possibile confrontarsi facendo riferimento alla stessa informazione, es. "a pagina x del quotidiano y", soltanto trasmessa in due modalità diverse, parallele e non concorrenti, ognuna dotata dei suoi vantaggi specifici. Si pensi, per esempio, alla possibilità di associare ad ogni articolo un file audio, registrato da un lettore professionale, ascoltabile dai non vedenti, senza aspettare il giorno in cui sarà possibile una lettura sintetica accettabile.

Struttura logica e funzionamento del servizio DNB

Il servizio DNB si basa sull'uso di una applicazione "client" in grado di visualizzare e gestire un file di formato appropriato, inserito nel Transport Stream del multiplex digitale terrestre scelto come vettore. E' collocabile nel gruppo ideale dei servizi "broadcast" in cui lo stesso contenuto viene inviato a molti ma visualizzato/memorizzato soltanto agli abbonati. I dati del servizio DNB sono trasmessi secondo un ciclo continuo e immagazzinati nella memoria del ricevitore oppure, come sviluppo futuro, in una memoria aggiuntiva che non necessita di alimentazione. Essendo il ricevitore digitale terrestre sempre collegato alla rete elettrica ed all'antenna televisiva, l'utente non corre il rischio di perdere per sempre i dati memorizzati ed anche nel caso in cui venisse a mancare

l'alimentazione, la memoria "cache" sarebbe nuovamente riempita in un ciclo "round robin" la cui durata temporale dipende essenzialmente dal numero di pubblicazioni accodate e dalla larghezza di banda assegnata al servizio. La grande larghezza di banda messa a disposizione dal sistema digitale terrestre, 24 Mbit/s per 24 ore al giorno, permette di ipotizzare una grande "capacità di pubblicazione", da approfondire meglio dopo uno sviluppo tecnico del servizio più puntuale rispetto a questa breve presentazione.

In linea di principio il servizio DNB è praticamente trasparente all'utente: sarà sufficiente lasciare il ricevitore agganciato alla rete elettrica e all'antenna (ed avere inserito una tessera di accesso condizionato) per lasciar fluire e memorizzare i dati con continuità all'interno della memoria, magari durante la notte ovvero a ricevitore in "standby", cioè quando l'utente non sta guardando alcun programma televisivo o in parallelo a programmi televisivi non particolarmente gravosi in termini di banda passante. All'accensione del televisore e del ricevitore, l'utente lancerà l'applicazione "browser" dall'elenco dei servizi interattivi relativi al bouquet scelto come vettore e potrà accedere immediatamente alla pubblicazione desiderata.

DNB, servizio broadcast ma accesso condizionato

La diffusione di un giornale quotidiano è particolarmente adatta alla modalità "broadcast" (anche nella fisicità si compra lo stesso quotidiano all'incirca nello stesso momento), più efficiente rispetto alla modalità "punto a punto" come le trasmissioni telematiche su rete internet di tipo "push", molto in voga perlomeno sulla carta qualche anno addietro. L'uso dello *stream* Digitale Terrestre come "carrier", appare quindi una straordinaria possibilità di diffusione di cultura, praticamente gratuita (per quanto riguarda la distribuzione) o con un costo marginale prossimo allo zero.

Per garantire il ritorno economico del servizio (ammesso che non si vogliano veicolare contenuti "free to air") è necessario rendere selettiva la fruizione e per questo viene in soccorso la possibilità di utilizzare una carta per l'accesso condizionato: soltanto i ricevitori che hanno l'apposita carta inserita nella fessura frontale potranno visualizzare il giornale già memorizzato nell'STB o, per risparmiare memoria, si potrà scegliere di lasciar memorizzare soltanto le pubblicazioni a cui l'utente è abbonato: in questo caso viene meno la possibilità di usare diverse carte di accesso, una per ciascun membro della famiglia per es., ed avere immediatamente accesso ai propri contenuti.

Per quanto appena detto sarebbe utile poter contare su una smart card "AbbonatoRAI" da distribuire a tutti gli abbonati e programmata in funzione dei servizi acquistati, quindi utilizzabile anche per altri scopi oltre alla fruizione del servizio DNB, se non come semplice attestazione di

abbonamento, a tutt'oggi mancante. Con un software ben studiato la programmazione potrebbe avvenire anche a distanza, inserendo il controllo nel flusso digitale terrestre oppure affidandosi al modem analogico e al canale di ritorno telefonico. Anche l'uso di carte prepagate può essere preso in considerazione. Qualunque pubblicazione, però, di solito prevede un abbonamento annuale e quindi è abbastanza facile immaginare il pagamento del servizio come estensione del canone annuale RAI ai nuovi servizi digitali: senza nessuna complicazione, uso di canale di ritorno, carte di credito o altre forme di "pagamento telematico", la gestione dei ricavi avviene/può avvenire esattamente come è successo fino ad oggi, anche se nessuno impedisce l'uso di forme di pagamento istantanee per usufruire del servizio "una tantum": in questo caso potrebbe essere sfruttato il canale di ritorno già previsto nella piattaforma Mhp, anche nella sua limitata larghezza di banda (nella versione attuale...) per questo scopo più che sufficiente.

Il lato tecnico

Il servizio DNB è realizzato attraverso l'uso di una applicazione software "client" che risiede nell'STB. La possibilità di memorizzare permanentemente l'applicazione e i contenuti nella memoria del ricevitore costituiscono uno dei cardini della funzionalità del servizio: in questo modo l'utente potrà avere, all'accensione del televisore e del ricevitore, immediatamente la visione delle pubblicazioni che sono già state inserite nella memoria "cache" del suo STB. Come detto, il servizio DNB non abbisogna di una larghezza di banda fissata a priori o che influenza direttamente la sua qualità, nella peggiore delle ipotesi bisognerà attendere più tempo per ottenere il trasferimento completo dell'informazione.

Il vero ostacolo da superare (a parte la capacità di risoluzione del convertitore DA interno ai ricevitori) è lo stesso che affligge qualunque contenuto testuale/grafico veicolato attraverso DTT ovvero la risoluzione dello schermo TV, la sua non-linearità ovvero più in generale la sua scarsa qualità. In prima battuta non sembra possibile garantire col normale tubo catodico e il normale segnale PAL la sufficiente risoluzione per fruire di un contenuto così definito come ad esempio un giornale quotidiano. Alcune considerazioni possono però cambiare questo pregiudizio. Innanzitutto, si stanno diffondendo, e si diffonderanno sempre più, schermi intrinsecamente più stabili, capaci di riprodurre immagini con meno distorsioni e con maggiore risoluzione. Inoltre, siamo oramai abituati da anni di rassegne stampa televisive alla visione di quotidiani sullo schermo televisivo: in particolare la rassegna stampa del TG3 è già realizzata con la trasformazione dei giornali in file "pdf" e l'effetto che se ne ricava in video, con la normale trasmissione televisiva, è senz'altro buono. Attraverso la piattaforma DTT la visualizzazione dell'immagine dovrebbe essere

qualitativamente superiore anche perché l'immagine viene ricreata su un "layer" sovrapposto alla normale immagine televisiva e soprattutto se il collegamento tra ricevitore e televisore avviene in modalità "RGB" piuttosto che "videocomposita". Inoltre, non lontane all'orizzonte appaiono altre migliorie sul lato risoluzione: lo standard HDTV e convertitori DA in grado di decodificare oltre mille linee orizzontali (ammettendo di non usare un monitor digitale e quindi scavalcare gli stadi di uscita analogici del ricevitore STB).

Business RAI e pubblicità

Le possibilità di business per Rai sono molteplici: dalla semplice fornitura del vettore digitale (carrier) alla fornitura dei contenuti ovvero dei servizi per il canale di ritorno o per la vendita di pubblicità. Anche il solo servizio di *broadcaster*, però, rappresenterebbe per RAI invece che per i suoi concorrenti una buona possibilità di business grazie alla prevista regionalizzazione delle trasmissioni, svincolate dai ponti satellitari attualmente in uso, che renderà possibile la diffusione contemporanea di edizioni regionali della stessa pubblicazione.

Sempre sul fronte degli sviluppi del servizio, un'intrigante evoluzione del prodotto "giornale" potrebbe prevedere l'integrazione di contenuti audiovideo nella tradizionale impaginazione tipografica. Nello spazio occupato da una foto nella versione stampata, potrebbe apparire nella versione digitalmente trasmessa un video fornito da RAI.

Anche l'editore del giornale può avvalersi della nuova modalità di distribuzione per aggiungere valore al proprio prodotto e quindi aumentare gli introiti pubblicitari. Infatti, gli stessi spazi pubblicitari venduti per il quotidiano, veicolati attraverso un nuovo canale potenzialmente molto più capace ed in grado di abbattere drasticamente il costo/contatto, possono essere venduti ad un prezzo decisamente più elevato. Inoltre, l'inserzione pubblicitaria potrebbe essere mirata al singolo utente, anche attraverso un meccanismo molto semplice: l'abbonato dichiara quali messaggi non vuole ricevere. A differenza della carta stampata, con la distribuzione elettronica è possibile impaginare lo stesso giornale sostituendo in gabbia solo gli spazi previsti per la pubblicità e mantenendo esattamente le notizie impaginate come nella forma stampata, condizione base di esistenza del servizio. Con l'evoluzione del servizio, e quindi del client e del formato di file che rappresenta la pubblicazione, gli spazi pubblicitari potranno anche essere "collegati" a pagine di approfondimento o di fidelizzazione.

Altri servizi innovativi

La digitalizzazione e la possibilità di avere un canale di ritorno possono aprire la strada allo sviluppo di alcuni servizi innovativi o al pieno sviluppo di contenuti e servizi che stampati su carta sono meno efficienti e/o meno gradevoli. L'applicazione più immediata riguarda la rubrica della posta, come pure la possibilità di avere un feedback immediato per ogni articolo, in funzione dello sviluppo del formato digitale con cui è trasmesso il contenuto (un tipo di file come il formato "pdf" di Adobe già prevede la possibilità di creare moduli e collegamenti all'interno del testo). Ad esempio una rubrica enigmistica, a parità di costo, potrà essere più accattivante e piacevole rispetto alla carta, come pure la ricerca di cinema o film, che in questo momento è già presente su qualsiasi giornale stampato ma senza possibilità di ricerca automatica...

Conclusioni

Pur non presentando ad una prima lettura evidenti caratteristiche innovative o straordinarie possibilità interattive, il servizio DNB basa sulla semplicità e sulla velocità il suo appeal nei confronti dei potenziali utenti. Considerando il numero degli abbonati RAI (circa 16 milioni di famiglie) anche un'adesione percentualmente limitata potrebbe garantire al servizio, considerando anche il suo basso costo di produzione, un buon ritorno in termini economici. Ma non bisogna negare a priori la possibilità di un gradimento del pubblico inaspettato, in fondo si tratta di avere facilmente in casa informazione non fruibile altrimenti, a meno di uscire e comprare esattamente quella pubblicazione, senza tanti fronzoli, facile, veloce e soprattutto economica.

Per concludere, i ridotti costi ci lasciano ipotizzare anche la possibilità di rilanciare attraverso un nuovo mezzo di distribuzione generi oramai scomparsi dalle edicole, come ad esempio il "fotoromanzo", il quale godrebbe appieno di schermi televisivi molto grandi in grado di mostrare facilmente immagini a colori. In particolare, proprio il genere "fotoromanzo" potrebbe innescare, soprattutto per l'azienda RAI, interessanti possibilità di integrazione orizzontale e contenimento dei costi grazie ad ampie economie di scala: in fondo un fotoromanzo potrebbe essere il sottoprodotto a costo trascurabile di una fiction televisiva.