



In Italia Google News si rifà il look
La nuova interfaccia grafica prevede la nuova sezione «Dalla Redazione» in cui l'editore potrà evidenziare gallerie fotografiche, mappe e grafici

Trend. Terminali mobili e media tradizionali a confronto

Tv e pc, un tablet li cannibalizzerà

iPad & Co. tendono ad assorbire il consumo di video e programmi

PATRIZIALICATA

Il vero nemico della televisione? Il tablet. In sordina, dal profondo dei cuscini su cui viene consultato, il terminale lanciato da Apple sta progressivamente guadagnando quote di utenti fedeli al piccolo schermo. Che l'utilizzo di tablet stia cannibalizzando il consumo di tv (ma in parte anche quello del computer), lo dice una ricerca realizzata da Orange in collaborazione con Tns sugli utenti "mobile" in Gran Bretagna, Francia, Polonia e Spagna: il report

keting director di Orange Advertising Network. "Risulta evidente che gli utenti non hanno lo stesso approccio al consumo di contenuti digitali su tv, pc, smartphone o tablet e ciò ha importanti implicazioni per i produttori di contenuti e gli inserzionisti".

Fra l'altro, Orange ha scoperto che i consumatori hanno il 50% di probabilità in più di fare shopping online da un tablet che da un cellulare. "Oltre il 60% dei proprietari di tablet ha effettuato almeno una transazione di m-commerce contro il 47% degli utenti di cellulari", ri-

vela il sondaggio. Il report evidenzia anche come, nonostante la forte crescita nell'utilizzo delle applicazioni, i web browser restino lo strumento preferito per accedere alle informazioni su Internet sia per gli utenti di smartphone che tablet, almeno nei quattro mercati europei studiati.

Infine, quale il luogo prescelto per il tablet? Non l'ufficio e nemmeno in mobilità, bensì la casa. Il 95% di utenti britannici lo consulta in camera da letto (come già messo in evidenza da una ricerca condotta da Ccs Insight).



Report Orange

Più propenso allo shopping online chi usa la tavoletta

Orange Exposure 2011 ci dice che in Gran Bretagna il 35% di possessori di tablet usa la propria tavoletta per guardare video on demand, il 40% video in streaming e il 39% proprio per "guardare la tv". Al contrario lo smartphone è complementare al consumo di tv domestica: in Francia, per esempio, il 19% di utenti di cellulari intelligenti sostiene di guardare di più la tv proprio spinti dall'uso di smartphone. Orange registra anche una flessione del 15% nell'utilizzo del pc rispetto al sondaggio condotto l'anno scorso, a dimostrazione, nota la telco, che i tablet stanno erodendo un altro mercato tradizionale.

Non basta: i tablet vengono usati in maniera diversa, da Paese a Paese, e a seconda che ci troviamo in casa o fuori. Così, mentre il 95% degli anglosassoni usa il tablet come se fosse un computer (cioè anche in casa), in Spagna le tavolette di media grandezza come il Galaxy Tab vengono usate per navigare come se fossero smartphone: cioè fuori di casa. Si fa poi ricorso allo smartphone per "ammazzare il tempo" e quando non c'è a portata di mano un altro schermo digitale. Il tablet al contrario viene scelto perché più efficiente di altri terminali: dunque, viene utilizzato per "risparmiare tempo".

"È la prima volta che includiamo l'uso dei tablet nello studio Orange Exposure e i risultati sono piuttosto chiari nel descrivere il modo in cui le persone usano questi apparecchi", commenta Bruce Hoang, group mar-



INTERAZIONE FRA MEDIA

La ricerca Orange Exposure per la prima volta quest'anno include anche l'utilizzo del tablet

[AARON HOBSON]

Scatti d'autore (e delle Google Car)

Per appassionati di fotografia è di rigore almeno un "giro" sul sito di Aaron Hobson (aaronhobson.com), fotografo americano che con l'ultimo capitolo della sua collezione "Cinemascape" ci fa fare un salto in avanti sui prossimi territori dell'arte dello scatto: perché le foto che trovate, tutte di luoghi, americani e non (c'è anche un paese italiano) provengono dritte da Google Street View. Hobson ha selezionato e modificato gli scatti della

macchina a obiettivi multipli (quella montata sul tetto delle automobili di Google), raccogliendo in questo modo una panoramica "di terre incantate e remote, normalmente riservate solo agli occhi dei loro abitanti" scrive l'autore che cerca di fermare con la sua carrellata "le storie non dette di quello che è successo prima e di quello che succederà dopo": dopo che le Google Car (o bike) le ha fotografate per mappare il mondo.

Quei patetici cavi da età della pietra

Se paragonata a smartphone e tablet la tv è ancora lontana dall'eccellenza

Il tubo catodico è andato in pensione, sono arrivati gli schermi piatti, tutti sono passati - volenti o nolenti - al digitale terrestre. Dietro i televisori compaiono le prese Usb e le slot per le card, si discute se sono meglio quelli al plasma o Lcd (anzi, con la nuova tecnologia Led), la distanza abissale fra computer e televisore si è ridotta... insomma cosa si vuole di più? Se guardate bene, tuttavia, le interfacce vecchie, quelle che ci complicano la vita, sono ancora numerose. Vediamo:

1. Registrare programmi è ancora troppo complicato. Gli Epg, Electronic Program Guide, associati ai decoder di pregio, restano oggetti misteriosi. I telecomandi che governano la programmazione sul televisore e la videoregistrazione richiedono almeno due lauree, una in ingegneria e l'altra in psichiatria.

2. Vorrei conservare indefinitamente quello che vedo. Naturalmente non penso a uno scaffale dell'Ikea pieno di Dvd fatti in casa. Se tengo tutto il mio archivio e data base in un cloud storage, a cui accedo da qualunque stanza d'albergo in viaggio, o nella casa al mare o seduto al bar, perché non potrei fare altrettanto con film, serie tv, e quella volta che mi hanno intervistato a Uno Mattina? Perché non esiste qualcosa di pratico che mi permette, premendo una specie di tasto "salva", di mandare su un cloud un frammento della programmazione televisiva che sto guardando, e che mi interessa? Non sono tutti file digitali, adesso?

3. Il collegamento rete-computer-televisione è ancora fiacco come un pensionato dell'Inps. Cavetti, prese scart, coassiali, roba da antiquariato. No bluetooth, no wi-fi. Il lato B del televisore è ancora un intrico di patetici collegamenti. Teoricamente si può passare dal computer alla tv, esistono cose come Apple Tv e perfino Cubovision di Telecom Italia: l'oggetto con meno appeal di tutta la galassia e, se avete dei dubbi, guardate il surreale tutorial su YouTube <http://www.youtube.com/watch?v=2Ld2yXYaJ4Q>.

Pensate ai vostri smartphone e tablet e concorderete che per la tv, digitale o non digitale, siamo ancora lontani dall'eccellenza. Le fabbriche di televisori a queste cose non pensano, basta annunciare lo strabiliante numero dei pixel. Ma che succede se entra nel mercato televisivo qualcuno che si occupi di interazione uomo-macchina con la qualità richiesta dall'informatica e dalla telefonia? Pensate ad Apple per esempio, che ha divorziato da Samsung, si è fidanzata con Sharp e sta lavorando a una nuova generazione di display IGZO, cioè fatti con indio, gallio e zinco. Glenville (un bel blog), ha fatto una simulazione di quello che potrebbe avvenire (<http://www.gregoriopaolini.it/2011/11/la-tv-di-apple-se-arriva-scassa-tutto.html>).

Insomma, il vero patto fra tv-smartphone-cinema-internet broadband deve essere ancora scritto. ■



di Enrico Menduni

Professore di Media e Comunicazione all'Università Roma Tre

Corriere **Comunicazioni**

QUINDICINALE

DIRETTORE RESPONSABILE

Gildo Campesato
campesato@corrierecomunicazioni.it
+39.066841221

CAPOREDATTORE

Mila Fiordalisi
fiordalisi@corrierecomunicazioni.it
+39.066841223

CAPOSERVIZIO

Roberta Chiti
chiti@corrierecomunicazioni.it
+39.066841222

Federica Meta

meta@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412225

ART DIRECTOR:

Luca Migliorati
migliorati@corrierecomunicazioni.it
+39.0668412221

COLLABORATORI

Paolo Anastasio, Dario Banfi, Elisabetta Bevilacqua, Matteo Buffolo, Antonio Dini, Ariel F. Dumont, Roberto Giovannini, Gian Carlo Lanzetti, Claudia Lavia, Patrizia Licata, Alessandro Longo, Alessandra Ritondo, Giampiero Rossi, Mario Sette

CONTRIBUTORS

Angelo Castaldo, Maurizio Dècina, Pirciro Galeone, Andrea Granelli, Piero Laporta, Enrico Menduni, Cristoforo Morandini

SEGRETERIA DI REDAZIONE

segreteria@corrierecomunicazioni.it
redazione@corrierecomunicazioni.it
+39.066841221

ABBONAMENTI

+39.066841221
segreteria@corrierecomunicazioni.it

PUBBLICITÀ

Daniela Costamagna
pubblicita@corrierecomunicazioni.it
+39 348.22.30.514

EDITORE: CORPO 10 SOC. COOP. a.r.l.

Largo di Torre Argentina, 11 - 00186 Roma
tel. +39. 066841221 fax +39. 0668804132
P.Iva C.F. 08650251005

STAMPA: Centro Stampa Editoriale s.r.l.

Registrazione e Autorizzazione Trib. di Roma n.188/2005 del 12/5/2005. Arretrati 6,00 euro.
Abbonamento annuo 60,00 euro (22 numeri)
Estero 120,00 euro



www.corrierecomunicazioni.it