

**L'UMTS porterà invece ad un nuovo modo di percepire la "mobilità":** la banda larga wireless consentirà finalmente l'avvicinamento e la convergenza dei due universi oggi distinti: Internet e la Telefonia Mobile.

Il protocollo standard che verrà adottato e che consentirà ai due mondi di "parlarsi" sarà l'IP, l'Internet Protocol.

L'interfaccia di navigazione e il look & feel dei dispositivi mobili di terza generazione sono ancora ad una fase prototipale, **in futuro i cellulari UMTS faranno ampiamente uso delle tecnologie e metodologie ora diffuse nel mondo web:** dal Voice over IP all'instant messaging, dalla videoconferenza alle chiamate di gruppo, dall'accesso a network virtuali aziendali alla personalizzazione dell'interfaccia di accesso.

La rubrica e l'agenda dei cellulari di adesso andranno a convergere o a sincronizzarsi con strumenti di personal information management già adottati sui Pc di oggi, i giochi residenti sui dispositivi verranno affiancati da giochi peer to peer o con connessione multiplayer a server dedicati.

Il vero fattore differenziante sarà però l'accesso alle informazioni: la velocità della connessione consentirà di reperire in tempi brevi informazioni sul web, multimediali e georeferenziate.

Alla stessa stregua di tutti gli altri media (televisione e web inclusi), e prendendo spunto dal GSM e dal crescente utilizzo della messaggistica testuale, anche **per l'UMTS sarà l'utente a stabilire i criteri evolutivi dell'interfaccia, le tipologie dei servizi proposti e le modalità di fruizione.**

**Come si costruisce una notizia su internet e qual'è il ruolo del Giornalista? Emilio Carelli continua la sua relazione al Convegno Frontiere della Comunicazione.**

Soprattutto su internet la fonte della notizia può diventare diretta: e io lettore posso cercare l'informazione MEDIATA dal giornalista in un qualsiasi giornale on line, oppure rivolgermi direttamente per quanto riguarda la cronaca al sito di un'agenzia o di un ente locale, per la politica al sito di un partito, a quello della Camera o del Senato, del Quirinale o di un movimento per i diritti umani, per quanto riguarda l'economia a quello di una grande company, di una banca, dell'Unione Europa, per lo sport anche direttamente al sito di una squadra di calcio o di una associazione come il CONI. E così via.

Non è escluso che tutto questo - col passare del tempo - riduca l'importanza del mediatore, del giornalista.

Uno scenario che comporterà in futuro almeno due problemi: la **credibilità della fonte e lo spazio di fruizione.**

**Il primo problema (credibilità) è anche un problema generale di internet: chi ci garantisce che la fonte sia affidabile?**

A questa domanda rispondiamo che lo stesso problema si è sempre posto anche per i giornali e i telegiornali. La loro credibilità, la loro attendibilità, la loro autorità viene verificata solo ed esclusivamente dall'esperienza quotidiana del lettore. E ciò sta avvenendo anche su internet, per quanto riguarda i giornali online.

Il secondo problema (spazio della fruizione) riguarda il numero di persone cui può arrivare il messaggio. La domanda che ci poniamo qui è: quanti cittadini hanno voglia e tempo e opportunità di chiedere informazioni direttamente alle fonti dirette? Oggi non sono tanti, ma è bene precisare che non sono molti neppure i cittadini che acquistano un quotidiano (uno su dieci). E comunque la ricerca di informazioni su Internet mediante l'accesso a fonti dirette è una pratica che si sta diffondendo.

È impressionante quanto sta crescendo la FRUIZIONE DELL' INFORMAZIONE IN RETE. Secondo alcuni dati recenti negli Stati Uniti internet sta erodendo in modo preoccupante non tanto la carta stampata, ma l'audience televisiva.

Nel 1997 il 38% degli americani guardava i tg per informarsi e quasi nessuno si rivolgeva alla rete.

Appena due anni dopo, nel 1999, solo il 30% continuava a guardare i telegiornali e il 15% si aggiornava attraverso la rete. È stato calcolato che almeno 20 milioni di persone si sono trasferite dallo schermo tv al monitor del pc.

È naturale che i media tradizionali vedano con una certa preoccupazione questo fenomeno che tenderà ad accentuarsi nei prossimi anni e che riguarda in grande maggioranza milioni di giovani ed adulti al di sotto dei 50 anni, di istruzione e reddito superiore alla media. Un segmento che rappresenta tra l'altro un ghiotto boccone per i pubblicitari.

Sempre negli Stati Uniti il numero di coloro che si collegano almeno tre volte al giorno a Internet per tenersi informati, raddoppia ogni due anni:

0 nel 1995,

6,5% nel 1997,

15% nel 1999

e - dato clamoroso - se il trend dovesse continuare, nel 2003 i ciberspettatori avranno scavalcato i telespettatori.

Emilio Carelli

Note: *Emilio Carelli Direttore TGC.COM*