

La convergenza nei media oggi è quotidianità

Non credo che la “carta” scomparirà a breve. La sua leggibilità e praticità ne determineranno una durata maggiore delle profezie che vengono pronunciate oggi



Quello che è stato un tema sugli scenari futuribili dei media nei convegni e nei seminari accademici degli ultimi quindici anni, oggi possiamo senz'altro dire che è sotto i nostri occhi: la convergenza dei media è oggi un'esperienza normale, si può dire abituale, per un numero crescente di persone, anche se non ancora per la maggioranza di esse.

Lo scenario preconizzato, e auspicato, si è dunque realizzato: è esperienza comune per molti adolescenti oggi “vedere” la loro radio preferita su Internet; è esperienza comune per molti lettori di giornali leggere il proprio, come anche molti altri quotidiani, sul Web; ed è esperienza comune, anche se ancora ristretta a un numero non grande di persone, fare entrambe le cose, ad esempio, direttamente sul proprio *smart-phone*.

Paradossalmente sembrano proprio i media più tradizionali quelli più fungibili, grazie ovviamente alla digitalizzazione degli apparati: oggi la radio è ascoltabile praticamente da qualsiasi *device*, è diventata una sorta di fluido che può attraversare indifferentemente l'apparato stereo più sofisticato come il micro dispositivo lettore di file MP3 più economico, ed è già l'ambiente sonoro dell'universo Web così come lo era, e lo è tuttora, nel mondo reale prima che l'Internet fosse concepito. Anche la televisione non è da meno dato che è già possibile vederla attraverso un browser web o sul proprio cellulare, anche se non sono in molti ancora a prediligere queste modalità di visione.

I media, in sostanza, oggi appaiono tutti convergenti su dispositivi video/sonori, che tuttavia si stanno specializzando rispetto alle modalità d'uso: personali oppure collettive, ovvero “da tasca” oppure “da salotto”.

Forse il prossimo passo della convergenza sarà proprio quello di dare una forma abbastanza stabile a questi due prevedibili *device* futuri, quello individuale e quello per la casa. E con tutta probabilità sarà la standardizzazione di questi due

LORENZO SASSOLI DE BIANCHI | PRESIDENTE UPA

device ideal-tipici ad accelerare ulteriormente la compressione di tutti i media a disposizione e presenti sul mercato in un unico strumento di consultazione, multimediale e, volendo, simultaneo, compresi quelli futuri che potranno essere concepiti se, ad esempio, i *social network* o il *cloud computing* finiranno per configurare ulteriori, innovative tipologie di media, oggi solo difficilmente intuibili.

Una riflessione a parte, in questo scenario che abbiamo già cominciato a vivere nella quotidianità, va fatto per i cosiddetti media cartacei, fra i quali è bene, dal punto di vista del mercato editoriale, considerare anche i libri insieme ai giornali e ai periodici.

Non credo che la "carta" scomparirà a breve. La sua leggibilità e praticità ne determineranno una durata maggiore delle profezie che vengono pronunciate oggi. Ma è altrettanto certo che il suo ruolo cambierà e probabilmente si ridurrà in termini assoluti e pertanto i costi di produzione dovranno parallelamente modificarsi; non è un aspetto così banale come potrebbe sembrare da una sintetica enunciazione, perché si tratta di inventare radicalmente un nuovo modello di business. Ed è esattamente quello che sta avvenendo, per sperimentazioni successive, in questi anni.

La convergenza dei media, in ultima analisi, determinerà anche una ridefinizione dei ruoli dei supporti digitali e di quelli cartacei.

Un altro tema che va considerato è poi quello dei contenuti di media nella convergenza; e l'auspicio è che l'evoluzione tecnologica e quindi la gradevolezza tecnica dei supporti mediatici sia inseguita con pari appetibilità anche dalla qualità e creatività dei contenuti, televisivi, radiofonici, giornalistici. In modo che gli affascinanti oggetti che stanno diventando i media nelle nostre mani non veicolino prodotti di non pari interesse.

Lorenzo Sassoli de Bianchi



UPA
 UTENTI
 PUBBLICITÀ
 ASSOCIATI

LORENZO SASSOLI DE BIANCHI

Fondatore e Presidente di Valsolia, società leader nell'alimentazione salustica. Dal 2007 è Presidente dell'UPA, associazione degli investitori in pubblicità. È anche Presidente del MAMbo, il museo d'Arte moderna di Bologna. Ha al suo attivo numerose pubblicazioni sull'arte moderna. Sassoli de Bianchi presta servizio nei consigli di amministrazione della Fondazione del Monte, il Centro San Domenico, l'Associazione Micro.bo e l'associazione musicale Bologna Festival. È stato per alcuni anni vicepresidente di Confindustria Bologna e vice presidente del consiglio regionale per i beni Culturali oltre che consigliere della Cineteca di Bologna e, negli anni '80, consigliere della cooperativa milanese Alfabeta che pubblicava la rivista letteraria omonima. Ha recentemente pubblicato per l'editore Damiani il volume "From Heaven to Earth": una vasta overview sulla pittura contemporanea Cinese.