



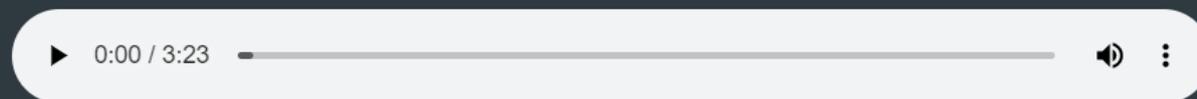
Il nuovo ecosistema digitale, tra vecchi e nuovi media

Il futuro dell'audiovisivo al centro della conferenza annuale organizzata a Roma dall'Associazione HD Forum Italia, alla presenza di alcuni esponenti del Dicastero per la Comunicazione della Santa Sede. Ad aprire l'appuntamento, l'intervento di monsignor Dario Edoardo Viganò sulla visione dei media tradizionali nella dimensione contemporanea

Eugenio Bonanata e Daniele D'Elia – Città del Vaticano

Arriva la nuova TV nelle case degli italiani. Un processo tecnico che proprio in questi giorni sta entrando nel vivo stimolando molti interrogativi. Diverse persone, infatti, con la complicità del nuovo sistema previsto per legge a livello europeo, stanno prendendo confidenza con i nuovi apparecchi televisivi che in gergo vengono chiamati 'Smart TV'. Dietro questi strumenti - che hanno trasformato il mezzo televisivo in una sorta di grande tablet, con le applicazioni e le altre forme di interazione tipiche di tutti gli altri dispositivi - c'è un mondo da scoprire, non solo dal punto di vista della fruizione, ma anche della produzione. "Assistiamo all'affermazione di nuovi modelli di business", ha affermato monsignor Dario Edoardo Viganò, vice cancelliere della Pontificia Accademia delle Scienze e delle Scienze Sociali, nel suo intervento di apertura della conferenza annuale dell'Associazione HD Forum Italia, organismo che riunisce 26 aziende leader nel settore dell'audiovisivo e delle telecomunicazioni, intitolata 'Media del domani: tecnologia, contenuti e consumo'.

Ascolta l'intervista a monsignor Viganò



Dopo i saluti di benvenuto da parte del presidente di HDFI, Benito Manlio Mari, diretti in modo particolare al segretario del Dicastero per la Comunicazione, monsignor Lucio Ruiz, e al direttore della Direzione Tecnologica, Francesco Masci - presenti in platea - monsignor Viganò ha offerto alcune chiavi di lettura per inquadrare le dinamiche di sviluppo dell'ecosistema digitale. Una delle questioni chiave, ha detto, è la "lper-profilazione degli utenti finali" che si basa su una grossa mole di dati, "altamente attendibili e veritieri", circa i gusti e le abitudini comportamentali di ciascun spettatore. Una dinamica connessa alla possibilità - amata un po' da tutti, giovani e meno giovani, soprattutto nel periodo della pandemia - di fruire contenuti audiovisivi dove e quando si vuole, superando la logica del palinsesto a cui siamo stati abituati fino ad ora.



Il premio assegnato a monsignor Viganò

Alla ricerca di utenti nuovi

“Questa è la forza principale delle piattaforme dominanti”, ha proseguito Viganò che ha individuato la sfida dei media tradizionali: attrarre nuovi pubblici, senza trascurare quello di base. Resta il fatto, però, che l’utente televisivo non ha più contezza da dove arrivino i segnali che alimentano l’apparecchio. E tra queste vie c’è anche l’Internet, che diventa il punto d’incontro con tutti gli altri nuovi paradigmi e con tutti i nuovi soggetti operanti nel settore dell’audiovisivo, dai social alle piattaforme di distribuzione di contenuti audiovisivi.

La Tv tradizionale resta ben salda

Ma la televisione tradizionale è superata? Niente affatto secondo Viganò. “Il ruolo dei broadcaster tradizionali è ben saldo, essendo “insostituibili” nella capacità di costruire “mondi narrativi forti”. Auspicando che la sostituzione degli apparecchi televisivi nelle abitazioni avvenga nel pieno rispetto dell’ambiente, Viganò si è detto infine “molto sorpreso” per il premio ‘alla visione innovativa’ assegnatogli dall’Associazione HDFI. “Per la visione strategica – si legge in particolare nelle motivazioni – messa in campo nell’avvio della grande riforma dei media vaticani, annunciata più volte nei decenni passati e finalmente iniziata per volontà di Papa Francesco con la lucida consapevolezza che la tecnologia trasforma i media sia in termini di ruolo che in termini di formati e linguaggi”.