

## La rivoluzione dei contenuti

MARIO DEAGLIO

**L**e vicende dei grandi gruppi economici passano giustamente in secondo piano di fronte alle terrificanti e raccapriccianti notizie, di natura sociale e politica che giungono da ogni parte del mondo, e in particolare dall'Europa.

CONTINUA A PAGINA 23

# LA RIVOLUZIONE DEI CONTENUTI

MARIO DEAGLIO

**E**ppure, in un certo senso, si tratta di due facce della stessa medaglia: entrambe segnalano un rapidissimo e tempestoso mutamento strutturale del mondo, favorito o determinato, in parte non piccola, da nuove tecnologie.

Sarebbe quindi errato ridurre il contrasto tra l'impresa francese Vivendi di nobili ascendenze (la società originaria venne creata da Napoleone III nel 1853 e si è sempre occupata di «reti pubbliche», a cominciare dall'acqua) e l'italiana Mediaset a una schermaglia tradizionale del capitalismo: da un lato il finanziere-industriale francese Vincent Bolloré, con una forte presenza nel mondo delle telecomunicazioni e principale

te mediante Internet, simboleggiate dagli «smartphones». Il futuro sarà sempre più lontano dai telefoni e dai programmi televisivi tradizionali, ai quali siamo stati abituati fino a pochissimi anni fa. I principali prodotti informatici saranno fruibili in parte in tempo reale sugli «smartphones», in parte al momento più opportuno per l'acquirente (è il caso della televisione su domanda).

Ecco allora i colossi delle telecomunicazioni non solo cercare di migliorare il «contenitore» (di qui nasce l'interesse di Vivendi per Telecom Italia) ma anche di riempirlo di «contenuto». Bolloré vorrebbe che Mediaset diventasse un importante fornitore di contenuto per la rete Vivendi, in un mercato euro-

di ricerca e fornitrice di numerosi servizi informatici, per la ragguardevole somma di 4,8 miliardi di dollari: anche in questo caso, una piattaforma di telecomunicazione si è dotata di un contenuto.

Del resto, sullo stesso mercato italiano a fine 2015 è sbarcata Netflix, una società americana specializzata nella vendita di programmi e spettacoli «su domanda». Il modo tradizionale di utilizzare il «piccolo schermo» potrebbe esserne rivoluzionato in quanto il singolo telespettatore anziché dipendere dai «palinsesti», dalla programmazione delle società televisive, diverrebbe, in misura molto maggiore di oggi, l'organizzatore delle proprie serate.

In un simile contesto, il gran parlare degli stipendi e

per dotarsi di un sistema avanzato di comunicazioni a banda larga, l'Italia non sembra avere una visione chiara della trasformazione sotto-

stante che cambia radicalmente una delle principali attività di tempo libero degli italiani ma potrebbe in futuro andare molto più in là, tra-

sformando radicalmente il sistema di istruzione e il sistema sanitario.

**mario.deaglio@libero.it**

CC BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

