
Comunicazione: 16° Rapporto Censis. Valerii (direttore generale), le parole chiave della grande trasformazione “dalla disintermediazione digitale all’era biomediativa”

Le parole chiave della grande trasformazione “dalla disintermediazione digitale all’era biomediativa” sono state al centro dell’intervento di Massimiliano Valerii, direttore generale del Censis, in occasione della presentazione oggi a Roma del 16° Rapporto Censis sulla comunicazione, “I media e la costruzione dell’identità”. La prima “parola chiave” è “personalizzazione dell’impiego dei media”, che comporta la “desincronizzazione dei palinsesti collettivi”, la “personalizzazione delle modalità di fruizione dei contenuti di intrattenimento e dei percorsi di accesso alle informazioni”, lo “scardinamento della gerarchia tradizionale dei mezzi, che attribuiva alle fonti professionali e autorevoli dell’informazione mainstream un ruolo esclusivo”. La seconda parola chiave è proprio “l’ingresso nell’era biomediativa”. Innanzitutto, “con la miniaturizzazione dei device tecnologici, la proliferazione delle connessioni mobili, la diffusione dei social network diventano centrali la trascrizione virtuale e la condivisione telematica in tempo reale delle biografie personali”. Si registra anche un altro fenomeno: quello che potremmo definire “I media sono io”, con l’autoassemblaggio delle fonti e l’autoproduzione dei contenuti. C’è anche il “primato dello sharing sulla privacy: l’individuo si specchia nei media (ne è il contenuto) creati dall’individuo stesso (ne è anche il produttore)”. L’ultima parola chiave è “economia della disintermediazione digitale”. Nella crisi, c’è una “connotazione anticiclica dei consumi mediatici”, “la creazione di valore si trasferisce da filiere produttive e occupazionali tradizionali in nuovi ambiti”, si registra una “divaricazione del solco tra élite e popolo” perché c’è “fede nel potenziale di emancipazione delle comunità attribuito ai processi di disintermediazione resi possibili dalla rete”.

Gigliola Alfaro