



IMPLICAZIONI ECONOMICHE E MODELLI DI BUSINESS PER I NUOVI MEDIA DIGITALI IN AMBITO CULTURALE

Massimo Bertoncini

Francesco S. Nucci

R&D Lab, Engineering – Ingegneria Informatica SpA

Via S Martino della Battaglia, 56

I – 00185 Roma – Italia

Abstract

La graduale convergenza delle tecnologie digitali e di comunicazione ed il conseguente avvento dei nuovi media (ovvero media digitali) sta apportando notevoli mutamenti in ogni sfera delle nostre vite, coinvolgendo lavoro, tempo libero, training, ecc., e perfino la cultura e il mondo degli affari e proponendo basi di supporto per la creazione di una nuova economia dei media, basata su una rete di conoscenza ben diffusa e su un sistema di isole digitali interconnesse come in un arcipelago. Ecco dunque un contesto estremamente fluido e dinamico, proprio come lo spazio aperto che costituisce il grande mare dell'esperienza artistica digitale e dell'informazione. Le analisi di business e le analisi economiche dovrebbero tentare di ridefinire una nuova "rotta" di navigazione in questo oceano.

Quando si parla di cultura, si intende quasi sempre *patrimonio culturale* e/o memoria collettiva, e questo concetto "allargato" di cultura incorpora non soltanto elementi tradizionali e "tangibili" come libri, manoscritti, film, archivi multimediali, musei, siti archeologici ecc., ma anche elementi "intangibili" come ad esempio il folclore, la tradizione orale, la cultura del cibo e del vino, e i prodotti o le risorse naturali dell'ambiente: tutto ciò che contribuisce a creare l'unicità del patrimonio culturale e della memoria di un territorio o di una comunità di individui ad esso collegati. In questo senso, la cultura si manifesta in tutti gli eventi, contesti e contenuti, in tutte quelle creazioni intellettuali che trasportano l'espressione della nostra civiltà: un libro, uno spettacolo forse, o un sito web, una cartina geografica, una tradizione folcloristica, una ricetta, una bottiglia di vino, un commercio tradizionale, la tecnica di un artigiano, un antico metodo di irrigazione di un'oasi del deserto, e perché no, un blog, una smart mob, o "performing media".

Questa relazione presenta una riflessione su alcune prospettive economiche, e alcune implicazioni nello scenario economico. L'analisi fornisce una nuova definizione per i trend economici in un contesto così fluido, integrando sia considerazioni generali che modelli gestionali specifici per gli scenari mediatici. Le nuove tendenze delle prospettive economiche saranno analizzate con particolare riferimento alla cultura e al mondo dei media. Il modello "long-tail" per la distribuzione dei contenuti, e il concetto di "prosumer" per la creazione di nuovi media saranno discussi dettagliatamente, e verranno presentati alcuni esempi. Tutte queste prospettive saranno presentate con l'ausilio delle esperienze di diversi progetti europei finanziati, come ad esempio BRICKS — Building Resources for Integrated Cultural Knowledge Services e CASPAR — Cultural, Artistic and Scientific knowledge for Preservation, Access and Retrieval. In conclusione, saranno analizzati alcuni diritti di proprietà intellettuale in relazione ai problemi tecnologici e alle opportunità.