

CONVEGNI

Fotomessaggi, atteso il boom

Con gli Sms i giovani hanno ritrovato il piacere della scrittura. Statistiche alla mano, se i giovani giapponesi risultano avere un pollice più sviluppato per il continuo invio di messaggi — con relativo sviluppo della zona della corteccia cerebrale deputata alla manualità digitale — anche i teenager di casa nostra si stanno portando alla pari.

I numeri. Solo nel 2002 sono passati sulla rete Tim quasi 8,4 miliardi di Sms, 25 milioni al giorno. Il dato complessivo su scala nazionale (comprendente i vari operatori) misurato da Ovum evidenzia che nel 2002 sono stati inviati quasi 20 miliardi di messaggi (circa 55 milioni al giorno). A non resistere al potere del messaggino sono soprattutto i giovani, che utilizzano con regolarità questo strumento, anche se la diffusione dell'Sms sta conoscendo impieghi orientati sempre più al business e alla domotica. Una riflessione sul potere della scrittura a 160 caratteri e sugli scenari di sviluppo dell'Mms (il "fotomessaggio") si è tenuta nel corso del seminario dal titolo «Sms, come cambia il linguaggio e la mente», organizzato a Venezia dal Telecom future centre (www.futurecentre.telecomitalia.it). I relatori hanno fornito le cifre di un fenomeno in costante crescita, anticipando gli scenari di penetrazione dell'Mms (Multimedia message service) nei gusti degli italiani e le novità sui servizi.

Gli utilizzi. Sebbene l'Sms sia nato in sordina e senza particolari ambizioni, data la sua natura di servizio accessorio rispetto alla comunicazione vocale via Gsm, il messaggino è riuscito a entrare di prepotenza anche nel mondo professionale diffondendosi in tutte le fasce d'età. In particolare l'Sms è diventato il mezzo principale di accesso da parte dell'utenza Tim a una serie di servizi ad alto valore aggiunto, come la consultazione della posta elettronica aziendale direttamente sul terminale mobile — con il servizio BlackBerry — o il telecontrollo a distanza su strumentazioni elettroniche di vario genere. Grazie agli accordi con i principali content provider, Tim è poi in grado di veicolare sotto forma di messaggino qualsiasi tipo di informazione, dalle notizie in tempo reale dei Tg Rai al meteo.

Su misura. La personalizzazione dei contenuti attinti dal Web e immediatamente fruibili via telefonino, secondo il team tecnologico di Telecom Italia Lab, è un volano che potrebbe accelerare la penetrazione dei messaggi multimediali nella graduatoria delle preferenze degli italiani come già accade in Giappone. «In Giappone — ha commentato Andrea Granelli, direttore ricerca e sviluppo di Telecom Italia Lab — utilizzano moltissimo l'Sms e soprattutto l'Mms, tanto che sono arrivati a comunicare direttamente attraverso icone assimilabili a geroglifici. Si tratta di un dato culturale antro-

pologico che vede da sempre il Giappone più sensibile all'immagine. Per l'Italia l'impatto più evidente si è avuto nel linguaggio, che si è modificato nella scrittura degli Sms, sempre più spesso privi di vocali, come avviene ad esempio per la lingua ebraica».

Secondo le stime previsionali di Ovum, nei prossimi tre anni in Italia potrebbero essere scambiati oltre 19 miliardi di Mms all'anno, quasi 52 milioni al giorno. Il successo della multimedialità su Gsm arricchirebbe la già vasta gamma di servizi proposti da Tim, favorendo una maggiore diffusione dell'utilizzo di Internet su scala nazionale.

La personalizzazione dei contenuti multimediali seguendo il profilo dell'utente è un'altra delle frontiere che si aprono all'ingresso degli Mms sul telefonino. Ma se da un lato si presenta la nuova possibilità di consegnare servizi



Andrea Granelli

Imagoeconomica

Dal rinnovato piacere per la scrittura ai nuovi utilizzi nel business e nella domotica

tagliati sulle caratteristiche del cliente, dall'altro lato si apre un capitolo dai contorni non completamente definiti attorno all'opportunità, da parte dell'utente, di personalizzare i propri contenuti multimediali sul telefono mobile scaricandoli da Internet. Il problema dei diritti sui contenuti è infatti un filone di ricerca perseguito da Telecom Italia Lab, che ne sta definendo le soluzioni future per garantire un corretto utilizzo delle immagini, dei testi e dei file audio presenti attualmente sulla Rete.

Psicologia. A fronte di un successo quasi annunciato dei messaggi multimediali nelle proiezioni di Ovum, qualche nota critica viene avanzata da chi studia il comportamento delle masse e la psicologia dei giovani. Il futuro prossimo della telefonia mobile su tastiera potrebbe disegnare paradossalmente lo scenario di un mondo diviso tra «inguaribili romantici» del messaggio scritto (i giovani, per generalizzare) e una fascia di utenti che vivono la propria professione e il tempo libero in contatto costante con la dimensione multimediale, quasi a costruire di sé un «doppio» in Rete senza soluzione di continuità tra reale e virtuale, con tutti i rischi di un'identità tecnologicamente aggiornata ma vagamente scissa.

Antonella Benanzato