

Indice

- p. 11 Premessa
15 Introduzione
- Mente alfabetica – mente digitale*
prima parte
- 23 Capitolo 1
Scienza dei media
1. Harold Innis, 23
2. Marshall McLuhan, 30
- 45 Capitolo 2
Oralità e scrittura
1. Dalla scrittura all'ipertesto, 45
2. Claude Lévi-Strauss, 48
3. Eric Havelock, 51
4. Walter J. Ong, 53
5. Jack Goody, 59
- 63 Capitolo 3
Lingua e segni
1. Ferdinand de Saussure, 64
2. Formalismo, 67
3. Strutturalismo, 71
4. Semiotica-semiologia, 75
5. Roland Barthes, 83
- 89 Capitolo 4
Macchine per comunicare
1. Alan Turing, 90
2. Norbert Wiener, 104

- p. 119 Capitolo 5
Iper testi e Internet
1. Vannevar Bush, 119
 2. Douglas Engelbart, 126
 3. Theodor Nelson, 133
 4. Tim Berners-Lee, 141
- Comunicazione e società*
 seconda parte
- 153 Capitolo 1
Dalle ideologie ai luoghi comuni
1. Sovversione e legittimazione, 154
 2. Il progresso, 159
 3. Sfera pubblica moderna: Habermas e l'opinione pubblica, 161
 4. Pubblico e pubblicità, 166
- 171 Capitolo 2
Società di massa e comunicazione
1. Karl Marx, 172
 2. Max Weber, 176
 3. Sigmund Freud, 188
- 197 Capitolo 3
Comunicazioni di massa e consumi
1. Come agiscono i mass media, 198
 2. Contro la società dei mass media: Pier Paolo Pasolini, 205
 3. Walter Benjamin, 210
 4. Theodor Adorno, 220
 5. Edgar Morin, 232
- 233 Capitolo 4
La società del benessere
1. Consumo ed esclusione, 233
 2. Herbert Marcuse: il gran rifiuto, 236
 3. Jürgen Habermas, 240
 4. Dalla società di massa alla società digitale, 244
- Dinamiche e contraddizioni della società digitale*
 terza parte
- 253 Capitolo 1
Cambio di paradigma
1. Thomas Kuhn, 253

2. Manuel Castells e la rivoluzione tecnologica, 255
 3. I segni della continuità, 261
 4. La scrittura viene prima delle idee, 263
- p. 267 Capitolo 2
Mitologie del XXI secolo
1. Steve vs Bill, 268
 2. Contro il mito: Richard Stallman, 275
- 277 Capitolo 3
Essere digitali
1. *Essere digitali*: Nicholas Negroponte, 278
 2. *Letà dell'accesso*: Jeremy Rifkin, 283
 3. Hacker: Pekka Himanen, 286
- 291 Capitolo 4
CyberGloboLocal
1. Cyberspazio e mondi virtuali, 292
 2. Donne e rivoluzione digitale, 298
 3. Globalizzazione, 306
 4. Spatial turn, 320
- 331 Capitolo 5
Tecnologia e media nella società digitale
1. Messaggi e numeri, 331
 2. La rete: apologia e critica, 340
 3. Convergenza: tecnologia e media, 343
 4. Connessioni e valore, 357
- 365 Bibliografia generale
- 377 Elenco dei codici QR

I codici QR a margine del testo rimandano a contenuti video realizzati per approfondire alcuni argomenti affrontati nel libro. A eccezione del QR_9 (di circa 30 minuti) sono tutti video di breve durata (tra i 2 e i 9 minuti), in cui l'autore spiega i temi trattati con l'ausilio di esempi ricavati dai media tradizionali. Il testo è autonomo dai video, il lettore può scegliere liberamente se scansionare il codice con un device mobile o continuare nella lettura. Questa edizione, tuttavia, è stata pensata sin dall'inizio con la possibilità di permettere al lettore un "ping pong" tra media diversi, immaginando l'oggetto libro immerso in un contesto transmediale. I video sono stati realizzati con il prezioso aiuto di Domenico Morreale.

Premessa

Comunico. Linguaggi, immagini, algoritmi
e *La comunicazione. Maestri e paradigmi*:
una versione nuova, un ripensamento e una proposta

Con *La comunicazione. Maestri e paradigmi* avevo inteso contrastare la diffusa convinzione che la comunicazione fosse un sapere senza fondamenti, un campo ibrido in cui si mescolano casualmente interessi e discipline diversi. Se così fosse, non sarebbe possibile tracciarne un percorso storico e un disegno complessivo, anche se esistono molti contributi storici su ciascun mezzo di comunicazione (fotografia, cinema, radio, televisione, Internet, media interattivi, ecc.).

Avevo scelto così di porre l'attenzione sui *maestri*, la cui caratteristica prevalente non è soltanto quella di essere protagonisti di una disciplina, ma piuttosto di avere lo sguardo rivolto agli orizzonti della società e della propria civiltà e di essere spesso dei pionieri e degli esploratori di campi nuovi, di mondi assai più liberi e fertili di una disciplina accademica, e sui *paradigmi*, per segnare l'innovazione, ad esempio nel rapporto tra comunicazione e informazione.

Comunico. Linguaggi, immagini, algoritmi parte da quelle premesse ma introduce delle sostanziali novità. Perché *Comunico*? Per rievocare un'età dell'entusiasmo e un'esperienza che prese piede sul finire degli anni Novanta del secolo scorso, precorrendo i tempi e mettendo in pratica ciò che oggi, nel 2021, è pratica quotidiana per milioni di individui.

Nel 1996 nasce la comunità virtuale Baudhaus, un progetto sperimentale di cooperazione telematica, realizzata da un gruppo di laureandi in scienze della comunicazione a Torino. Si costituisce, grazie all'uso del web e della posta elettronica, una comunità di quaranta tessiti che conia come proprio nome il termine *Baudhaus*, sintesi di *baud*, riferito all'unità di misura dei modem, e *Bauhaus*, celebre esperienza artistica e di design. Sempre in quello scorcio finale del XX secolo, nell'anno accademico 1996/1997, nasce CommUnico, una comunità virtuale a scopo didattico, realizzata per il corso di laurea in scien-

ze della comunicazione dell'Università di Torino. La sperimentazione prevede che lo svolgimento del corso di teoria e tecniche dei nuovi media avvenga in online education, utilizzando cioè la rete telematica per la presentazione dei contenuti e la comunicazione tra gli studenti e l'insegnante. Il corso prevede, quindi, accanto ad alcune lezioni tradizionali in aula, lo svolgimento di attività didattiche che lo studente può seguire da casa propria, utilizzando la rete Internet.

Nel presente la tecnologia da ostacolo è diventata strumento di lavoro, di studio e di intrattenimento, utilizzato al massimo delle proprie potenzialità.

Comunico ha una nuova struttura, è suddiviso in tre parti. Nella prima, *Mente alfabetica – mente digitale*, il filo conduttore è rappresentato dai processi di civilizzazione: i moderni contro gli antichi. L'alfabeto e la scrittura rappresentano la frontiera tra antichi e moderni. La tecnologia rappresenta la frontiera tra modernità e società digitale. Nella seconda parte, *Comunicazione e società*, si osserva come il sistema dei media prende possesso della società. Il ruolo critico dell'opinione pubblica è debole, intaccato dal mercato e dalla pubblicità. È l'età dei consumi di massa e del consumatore passivo e dipendente. Nella terza e ultima parte, *Dinamiche e contraddizioni della società digitale*, si assiste allo scatto che conduce ai nostri giorni: l'algoritmo è la tecnologia invadente e dominante. La personalizzazione operata dalla comunicazione digitale produce forme anche aggressive di mitologie individuali.

La comunicazione aveva in mente l'affermazione di giovani studenti e di potenziali imprenditori innovativi e si proponeva di offrire loro la cultura adeguata per vincere la sfida che gli si apriva davanti. In sintesi: il sogno della California.

Comunico ha invece davanti a sé la massima espansione dei processi di globalizzazione che assumono forme radicali e estreme. L'attacco di nuove forme di epidemia ha messo nuovamente in luce disuguaglianze profonde su scala mondiale. Il clima e l'ambiente, la salute e il bene comune sono oggetto di crisi profonde. Queste crisi rivelano la fragilità degli strumenti disponibili che abbiamo in comune per combatterle.

E i giovani che sognavano la California? Oggi li chiamo "outsiders" e li definisco così: «gli outsiders sono il popolo degli attrezzati tecnologicamente e dei "semplici" culturalmente»¹.

Gli outsiders sono circondati da un'alluvione di parole, di immagini, di discorsi che non vogliono dire nulla, che riducono tutto in super-

1. Cfr. p. 355 di questo libro.

ficie agitando il mito della trasparenza, quello di Internet. Sono dentro un'immagine generale: la realtà è piatta, levigata come uno specchio. Ma è un inganno che nasconde una violenza quotidiana, la più disperante; quella che impedisce, come dice Gallino a proposito del lavoro precario, «un qualsivoglia progetto di vita»².

2. L. Gallino, *Vite rinviate. Lo scandalo del lavoro precario*, Laterza e la Repubblica, Roma-Bari 2014.

Capitolo 1

Scienza dei media

Marshall McLuhan, sulla scia del suo maestro Harold Innis, fonda la scienza dei media affermando il valore autonomo della comunicazione di massa, originata dalla tecnologia della stampa e in fase di rapida evoluzione grazie alle nuove tecnologie elettroniche, informatiche e telematiche.

Per Innis e McLuhan, il ruolo della comunicazione è centrale nei processi costitutivi di lungo periodo della civiltà umana. La loro ambizione, soprattutto quella di Innis, è di riscrivere la storia della civiltà umana attraverso l'evoluzione o l'involuzione dei mezzi di comunicazione, una sorta di anti-storia universale (si veda *Impero e comunicazioni*) in cui il ruolo di protagonista non è giocato soltanto dall'economia, ma anche dalla comunicazione. Cade il primato della spiegazione economica dello sviluppo e della crescita: la comunicazione è un elemento costitutivo della società e ne determina i cambiamenti. McLuhan approfondirà lo studio della comunicazione come campo autonomo che si esplica attraverso propri linguaggi, contribuendo con il suo lavoro alla nascita della scienza della comunicazione e della scienza dei media, in cui il nesso tra tecnologie e comportamenti umani (psicologie, atti, relazioni, reazioni) assume un valore fondamentale.

1. Harold Innis

1.1. *Monopolio e potere*

Innis è un economista che concentra le sue prime ricerche sui gradi di sviluppo dell'economia condizionati dal controllo delle materie prime. È l'idea del monopolio come motore dell'economia di un Paese. Il con-

retto di monopolio viene esteso dalla dimensione economica, legata ai mezzi di produzione materiale, a quella immateriale del potere, determinata dai mezzi di comunicazione. È un passaggio di straordinaria importanza che colloca Innis tra i grandi innovatori nello studio delle civiltà e delle società. Non è in gioco solo il possesso dei beni materiali, ma anche il controllo dell'informazione, dei segni e dei simboli del potere stesso, quindi della vita quotidiana dei cittadini. Il monopolio è il principale strumento di esercizio del potere.

Un elemento fondamentale nello sviluppo delle comunicazioni e soprattutto dei media è la creazione di un pubblico che interagisca con essi per formarsi un'opinione. Un'opinione libera, critica, anche alternativa al potere, ma a rischio. Questo stesso processo che crea uno spazio di libertà può trasformarsi in un'azione di manipolazione del consenso sia attraverso forme non totalitarie sia attraverso l'esercizio della violenza e del terrore. Nel brano che segue Innis analizza le trasformazioni degli assetti politici mettendo in risalto il rapporto tra i modi di comunicazione (la stampa e la radio) e la percezione (occhio e orecchio).

Il Trattato di Versailles riconobbe l'impatto della stampa accettando il principio dei diritti all'autodeterminazione e distrusse grandi organizzazioni politiche quali l'impero austriaco. La comunicazione basata sull'occhio in termini di stampa e fotografia aveva sviluppato un monopolio che minacciava di distruggere la civiltà occidentale prima in guerra e poi in pace. Questo monopolio dava rilievo all'individualismo e quindi all'instabilità e creava l'illusione con slogan quali democrazia, libertà di stampa e libertà di parola.

L'effetto disastroso del monopolio della comunicazione basato sull'occhio accelerò lo sviluppo di un concorrenziale tipo di comunicazione basato sull'orecchio, con la radio e con l'abbinamento del suono al cinema e alla televisione. Lo stampato cedette il passo in efficacia alla radiodiffusione e all'altoparlante. I capi politici furono in grado di appellarsi direttamente ai votanti e di costruire la pressione dell'opinione pubblica sull'assemblea legislativa.

[...] In Europa l'appello all'orecchio rese possibile la distruzione dei risultati del Trattato di Versailles com'era stato registrato nella carta geografica politica fondata sulla autodeterminazione. L'ascesa al potere di Hitler venne facilitata dall'uso dell'altoparlante e della radio. Tramite la lingua parlata egli poteva fare appello alle nazioni e ai gruppi minoritari. I tedeschi in Cecoslovacchia potevano essere raggiunti dalla radio e allo stesso modo i tedeschi in Austria. Le frontiere politiche riguardanti le necessità dell'industria della stampa scomparvero con il nuovo strumento di comunicazione. La lingua parlata offrì una nuova base allo sfruttamento del nazionalismo ed un espediente molto più efficiente per fare appello a un numero maggiore d'individui. L'alfabetismo non era più una seria barriera.¹



QR_1

1. H. Innis, *Le tendenze della comunicazione*, SugarCo, Milano 1982, p. 103.