

In un momento in cui
la comunicazione,
nel suo insieme, insegue
l'evento con l'ambizione
di essergli contemporanea,
compete al giornalismo
culturale una "coscienza
di distanza" che dia alle
pagine ~ e al lettore ~
prospettiva e orizzonte;
che susciti "attesa di senso",
offra profondità di campo
e opzioni di cammino.
È la sfida più difficile,
che tuttavia distingue
dalla cronaca il giornalismo
di cultura.

a cura di
**Lella
Mazzoli**

prefazione di
Carlo Ossola

postfazione di
Piero Dorfles

Raccontare la cultura

Come si informano gli italiani,
come si comunicano i musei

FrancoAngeli

Media **Cultura**

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Collana MediaCultura

Responsabili di collana

Roberta Bartoletti, Giovanni Boccia Artieri, Fausto Colombo, Franca Faccioli, Lella Mazzoli

La collana si propone come strumento per comprendere la relazione complessa tra media e cultura. I media rappresentano un ambiente di costruzione e circolazione della cultura, e sono a loro volta modellati dalla cultura, attraverso le pratiche d'uso messe in atto dalle persone, le forme emergenti della socialità, gli immaginari costruiti socialmente e le stesse forme della conoscenza incarnata.

Si tratta di un approccio culturale ai media e alla comunicazione particolarmente sensibile all'innovazione che avviene nelle zone di confine, che contestualmente riconosce nei media un ambiente privilegiato della costruzione della cultura e della società nella tarda modernità.

Luoghi privilegiati per osservare questa relazione sono le forme dell'immaginario contemporaneo nelle sue diverse espressioni – audiovisivi, arte, teatro e performance dal vivo, narrazione, fumetto, pubblicità, comunicazione istituzionale e sociale –; la costruzione delle identità, della socialità e della socievolezza negli ambienti quotidiani e digitali; le pratiche d'uso e i rituali di consumo dove i prodotti dell'industria culturale vengono incorporati nel quotidiano; l'accoppiamento tra media e memoria nei suoi effetti sia sul piano del ricordo e dell'oblio soggettivo, sia sul piano della cultura e della società.

La collana ospita sia riflessioni scientifiche, teoriche e di ricerca, finalizzate al confronto e all'avanzamento dei saperi disciplinari, sia una saggistica rivolta a un pubblico non esclusivamente accademico, focalizzata su temi di attualità trattati e approfonditi con gli strumenti della ricerca scientifica.

I volumi pubblicati sono selezionati dalla direzione di collana e successivamente sottoposti a una procedura di valutazione e accettazione di "double-blind-peer-review" (doppio referaggio anonimo).

Comitato Scientifico

Romana Andò, Università Sapienza di Roma; Piermarco Aroldi, Università Cattolica di Milano; Sergio Brancato, Università di Salerno; Gea Ducci, Università di Urbino Carlo Bo; Jean-Louis Fabiani, Central European University; Gino Frezza, Università di Salerno; Laura Gemini, Università di Urbino Carlo Bo; Mario Giacomarra, Università di Palermo; Guido Gili, Università del Molise; Giovannella Greco, Università della Calabria; Henry Jenkins, University of California; Giuseppe O. Longo, Università di Trieste; Giacomo Manzoli, Università di Bologna; Alberto Marinelli, Università Sapienza di Roma; Mario Morcellini, Università Sapienza di Roma; Roberta Paltrinieri, Università di Bologna; Paola Parmiggiani, Università di Bologna; Francesca Pasquali, Università di Bergamo; Gianfranco Pecchinenda, Università Federico II di Napoli; Guglielmo Pescatore, Università di Bologna; Georg Ritzer, University of Maryland; Carlo Sorrentino, Università di Firenze; Giovanni Spagnoletti, Università di Roma Tor Vergata; Nicoletta Vittadini, Università Cattolica di Milano; Giorgio Zanchini, Rai.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

In un momento in cui
la comunicazione,
nel suo insieme, insegue
l'evento con l'ambizione
di essergli contemporanea,
compete al giornalismo
culturale una "coscienza
di distanza" che dia alle
pagine ~ e al lettore ~
prospettiva e orizzonte;
che susciti "attesa di senso",
offra profondità di campo
e opzioni di cammino.
È la sfida più difficile,
che tuttavia distingue
dalla cronaca il giornalismo
di cultura.

a cura di
**Lella
Mazzoli**

*prefazione di
Carlo Ossola*

*postfazione di
Piero Dorfles*

Raccontare la cultura

Come si informano gli italiani,
come si comunicano i musei

FrancoAngeli

Progetto grafico di copertina di Fabio Fornasari

Copyright © 2018 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Ringraziamenti	pag.	9
Prefazione. Essendo la chiarezza essenziale alla poesia e a ogni civiltà , di <i>Carlo Ossola</i>	»	11
Prima parte		
Cultura e media. Un racconto infinito , di <i>Lella Mazzoli</i>	»	19
1. Il consumo dell'informazione nei media , di <i>Fabio Giglietto</i>	»	29
1.1. Il nuovo ecosistema dell'informazione in Italia (2010- 2018)	»	29
Seconda parte		
2. L'arte in terza: ruolo e spazio per musei e mostre all'interno dell'informazione culturale , di <i>Giorgio Zanchini</i>	»	39
3. L'informazione culturale e museale in Italia: la tv prima di tutto , di <i>Stefania Antonioni e Giulia Raimondi</i>	»	51
3.1. Gli italiani e l'informazione culturale	»	51
3.2. Il consumo di informazione culturale in Italia	»	52
3.3. Informarsi sui musei	»	56
3.4. L'informazione culturale in televisione: una lunga storia, alterne vicende	»	57
3.5. Cultura in televisione o cultura della televisione?	»	64

Terza parte

4. Comunicazione e musei , di <i>Gea Ducci, Giada Marino</i> e <i>Giulia Raimondi</i>	pag. 69
4.1. Cosa significa comunicare per un museo	» 69
4.2. Comunicare il museo connesso, tra spazi di archivia- zione e monitoraggio dei pubblici	» 73
4.3. La comunicazione dei musei pubblici e le nuove sfide digitali	» 77
5. Come si comunicano i musei: una ricerca su dieci casi italiani , di <i>Francesca Carabini, Gea Ducci</i> e <i>Giulia Raimondi</i>	» 83
5.1. La ricerca: introduzione metodologica	» 83
5.2. Il ruolo della comunicazione e la professionalizza- zione del settore	» 84
5.3. La pianificazione della comunicazione	» 89
5.4. Riflessioni conclusive: verso un <i>empowerment</i> dei comunicatori nei musei	» 95
5.5. Storie di dieci musei	» 97
Postfazione. Il declino delle élites e il crepuscolo della democrazia , di <i>Piero Dorfles</i>	» 109
Riferimenti bibliografici	» 117
Notizie sugli autori	» 123

*Al patrimonio dell'Italia.
Alla sua ricchezza,
alla sua bellezza,
alla sua conservazione.*

Ringraziamenti

Questo volume è il risultato della collaborazione di anni fra ricercatori che si occupano di temi differenti ma che sono accomunati dallo studio dei media, dei loro sviluppi, dei processi che innescano. A volte mi sono trovata a esprimere idee non chiare, non ben esplicitate. Solo il continuo confronto e dibattito, la competenza di questi studiosi e la loro grazia (direi talvolta affetto) ha permesso di raggiungere obiettivi interessanti.

Mi hanno affidato il compito di coordinare i lavori di questo volume con generosità, spero di averlo fatto rispettando tutte le loro idee e impostazioni di lavoro.

Un grazie di cuore a tutti: Fabio, Francesca, Gea, Giada, Giulia, Stefania qui presenti con i loro contributi.

Un grazie per la sua “supervisione” a Roberta Bartoletti che ci ha assistito in questo progetto partecipando ai nostri incontri.

Il volume contiene inoltre tre saggi di importanti esponenti della cultura e dell’informazione. Hanno creduto nel nostro lavoro di ricerca e ci hanno regalato i loro pensieri.

Il Professor Carlo Ossola ci ha concesso la sua *lectio magistralis* pronunciata in apertura della quinta edizione del Festival del giornalismo culturale, che si è tenuta a Urbino nel Salone del Trono di Palazzo Ducale il 12 ottobre 2017; grazie Professore per la sua ‘chiarezza’.

Piero Dorflès è oramai un amico del nostro gruppo. Ho chiesto più volte (forse troppe) di regalarci le sue riflessioni. Anche stavolta ha accettato. Le sue critiche dure, ma molto realistiche, ci permettono di capire in profondità l’evoluzione dei media soprattutto rispetto al cambiamento delle élites culturali. Grazie Piero per questo saggio e per i bei dibattiti (non sempre facili, per fortuna) che ci concedi.

Poi Giorgio Zanchini. Da anni mi accompagna in quell’avventura che si chiama Festival del giornalismo culturale (a volte vorrebbe scappare dalle mie pressioni e rigidità) e da anni tiene seminari nei miei corsi all’Università di Urbino Carlo Bo. Grazie Giorgio per questo intervento che ti ha portato via, credo, qualche giorno di vacanza da un lavoro che compi quotidianamente. Non deve essere facile sottrarre tempo a una conduzione radiofonica quotidiana di attualità, politica e cultura. Comunque il suo saggio è qua.

Grazie a Gianluca Costantini, ci ha deliziati con i suoi disegni che sono gli intervalli di questo libro per rendere la lettura più leggera e permetterci qualche pausa (di riflessione!).

Lella Mazzoli

Urbino, 4 settembre 2018

Prefazione

Essendo la chiarezza essenziale alla poesia e a ogni civiltà*

di Carlo Ossola

È un gesto di fiducia temeraria quello di affidare l'apertura dei lavori intorno al «giornalismo culturale» a un insegnante che è vissuto spiegando e proponendo i testi dei classici, anche se la collaborazione ai supplementi letterari di vari quotidiani mi ha insegnato alcune virtù necessarie a chi scriva per un lettore che vuole informarsi (e non necessariamente apprendere); di una di esse mi permetterò di tessere qui un succinto elogio.

Con questa premessa: in un momento in cui la comunicazione, nel suo insieme, insegue l'evento con l'ambizione di essergli contemporanea, sì che tutto *accade*, precipita, e nulla è "trattenuto", compete – mi sembra – al «giornalismo culturale» una "coscienza di distanza" che dia alle pagine – e al lettore – prospettiva e orizzonte; che susciti "attesa di senso", offra profondità di campo e opzioni di cammino. È la sfida più difficile, che tuttavia distingue dalla cronaca – quale che sia lo strumento mediatico cui si accede – il giornalismo di cultura; insieme a tal principio c'è un secondo registro che è altrettanto essenziale.

Si tratta della virtù della chiarezza che decanta e libera dall'evento; che – per trasparenza – fa vedere più lontano. La chiarezza non è un processo di semplificazione che rende banale l'oggetto e il nostro descriverlo; è anzi un processo di chiarimento che rende evidente, nella sua pienezza, l'oggetto: un commentatore di Cicerone, nelle sue *Formulae linguae latinae elegantiores* ci dice anzi che *Claritas* [da cui *chiarezza*] è insieme «splendor et amplitudo»¹, una manifestazione più larga e luminosa. Non occorre dunque semplificare la complessità, ma piuttosto renderne trasparenti i nodi: *claritas* –

* Lectio tenuta da Carlo Ossola all'apertura della quinta edizione del Festival del giornalismo culturale, nel Salone del Trono di Palazzo Ducale di Urbino, il 12 ottobre 2017.

¹ S. Doletto, *Supplemento d'osservazioni pel traduttore, aggiunte alla versione toscana dell'Epistole di Marco Tullio Cicerone a' Familiari*, tomo III, in Napoli, presso Giuseppe Antonio Elia, MDCCLVIII, p. 202.

classicamente (secondo sant'Agostino, san Tommaso ed altri) – della verità che è partecipata agli uomini; la chiarezza suppone, storicamente nelle nostre culture, che il vero sia accessibile, perché irradia la propria luminosa evidenza. Il giornalismo culturale è tale se fa apparire la cultura non come un prodotto ma come un 'processo di chiarimento'.

Siamo, infine, passati da una società della "distinzione" (in cui la cultura fungeva come uno dei tratti selettivi) a una società dell'"indistinzione" ove tutto appare uniforme. Non è auspicabile – da *laudatores temporis acti* – patrocinare nuovi tratti selettivi, bensì distinguere, nell'uniforme, ciò che ad esso non si adegua, perché ha una veste storica precisa e distinta che lo rende unico (occorre insomma piuttosto "estrarre" che "piallare"...). Per questo la cultura non è l'arte del coltivare la "distinzione", ma il paziente *peaufinage* del "chiarimento".

Proporrò qui alcune definizioni (tra cui quella enunciata nel titolo), che provengono da un insigne illuminista, Johann Heinrich Formey [1711-1797], un berlinese che scrisse la maggior parte delle proprie opere – come usava nell'Europa colta del tempo – in lingua francese. Ricorderò, della sua immensa opera politica, teologica, civile, alcuni titoli consoni al nostro proposito odierno: *La logica della verisimiglianza*, 1747; *Saggio sulla perfezione*, 1751; *Il trionfo dell'evidenza*, 1756; *Saggio sul bello*, 1763; *Principi elementari di Belle Lettere*, 1759, che venne tradotto in inglese (1765) e in italiano (Napoli 1767 e Venezia 1805), da cui traggio le citazioni che ora propongo, la cui validità ed efficacia mi pare ancora del tutto inalterata:

Le qualità essenziali d'un racconto sono la brevità, la chiarezza, e la verisimiglianza. La brevità richiede che non si prendano le cose troppo da lungi, e che il racconto termini dove dee terminare. [...]. Il racconto è chiaro quando ogni cosa è messa a suo luogo e tempo, e i termini e le espressioni son propri, giusti, naturali, senza disordine. La verisimiglianza finalmente risulta dall'unione de' tratti che d'ordinario nella verità s'incontrano [...].²

Su tutte queste qualità prevale tuttavia la *chiarezza*, che è ad un tempo "proprietà" (diremmo, secondo la scolastica, *adequatio rei et intellectus*), forza e nettezza:

Essendo la chiarezza la prima bellezza del discorso, e la proprietà de' termini la principal sorgente della chiarezza: la proprietà va riguardata come una delle più preziose qualità dell'espressione.³

² Cito qui dalla seconda edizione, Venezia, nella Stamperia Baglioni, 1805; § 282, p. 82.

³ *Ibid.*, § 504, p. 150.

La chiarezza e la precisione fanno il carattere e 'l merito delle *Favole* d'Esopo. Senza dispregiar gli ornamenti, lor preferisce la forza e la nettezza, e vuole che il vero da lui presentato sia luminoso da sé.⁴

So bene che compito del giornalista è attrarre l'attenzione, persuadere; e che dunque non basti essere fedeli alla "trasparenza dell'oggetto"; ma anche per questo versante la *chiarezza* ha miglior efficacia che lo studiato artificio:

Ben dire è parlare in maniera da farsi ascoltare, e da persuadere chi ascolta. Ben pensare è mettere precisione e chiarezza nelle proprie idee [...], connessione ed esattezza ne' raziocinii.⁵

Perché il troppo dire attenua il vigore della prova (così come l'eccesso di brevità può rendere oscuro l'argomentare):

Ha però ogni soggetto le regole sue proprie, e tocca alla prudenza, al discernimento dell'oratore a trovarle e seguirle. Tutto si riduce a raccomandar la chiarezza, e la precisione. Una pruova troppo spiegata, s'indebolisce; troppo serrata, si oscura.⁶

Se ho richiamato questi principi di scrittura è perché la tentazione è forte, in questa "società gridata", di alzare i toni, e di seguire – inavvertitamente – i ciarlatani della propaganda che, scalzandosi a vicenda, infine precipitano, come già osservava, nella neonata Italia, Massimo D'Azeglio:

Ogni giorno diventa più difficile il mestiere di ciarlatano politico. Le antiche astuzie per condurre i popoli, i ninnoli della loro infanzia come gli spauracchi della loro vecchiaia, sono oramai resi inservibili; [...] E difatti, i partiti estremi che vivono unicamente o delle infanzie o delle decrepitezze de' popoli, sono fuor di loro, e non s'agitarono mai tanto convulsi come oggi.⁷

Ma, più durevolmente, la chiarezza è necessaria a preservare il bello: al quale non si contribuisce con una prosa opulenta, e neppure precipite; al bello bisogna dischiudere, accennare, inviare con discrezione. In effetti il "giornalismo culturale" ha già la propria, e degna, storia: è un genere alto, che si sviluppa nella civiltà dei Lumi, ha una funzione civile di "illuminazione" che non può essere omessa, men che mai oggi. Mi limiterò, in forma di conclusione, al XX secolo, proponendo due esempi tratti dal secondo dei

⁴ *Ibid.*, § 294, p. 85.

⁵ *Ibid.*, § 440, p. 138.

⁶ *Ibid.*, § 487, p. 146.

⁷ M. D'Azeglio, *Questioni urgenti. Pensieri*, Firenze, Barbera, 1861, cap. I, p. 10.

volumi pubblicati dal «Corriere della Sera» e dedicati al “fiore” degli articoli culturali e letterari apparsi su quella testata dal 1945 al 1992.

Il primo, del 1964, è di Giovanni Macchia e si concentra su qualcosa che ci riguarda da vicino, è anzi il nostro tema, la *Civiltà dello sguardo*:

I moderni strumenti di comunicazione hanno portato il loro contributo ad un processo tipico della civiltà moderna o che non appare in altre epoche con la stessa vorticoso intensità: l'attrazione spasmodica per tutto ciò che si vede, il culto feticistico e delirante per la visione e l'immagine. Realtà vista e realtà riprodotta: assembramenti favolosi per una partita di calcio e assembramenti ancora più favolosi per la stessa partita teletrasmessa; adorazione di una diva dello schermo in quanto mitizzata dalle infinite riproduzioni della sua immagine che si spargono in tutto il mondo. Una civiltà che desidera allontanarsi dalla concentrazione e dal mistero. Cartesio diceva che i ciechi amano vedere con le mani. Oggi noi amiamo toccare con gli occhi.

Nessuno può sottrarsi a questa realtà attraente e allarmante. Ognuno di noi collabora a questa civiltà dell'immagine o della visione. E forse non sappiamo neanche che la nostra è una passione pericolosa, su cui le mitologie e leggende sono d'accordo, come notava recentemente un critico straniero, lo Starobinski. Orfeo, Narciso, Psiche, la Medusa, Edipo ci insegnano, diceva, che a forza di estendere la portata del proprio sguardo l'anima è votata all'accecaimento e alla notte. Ma chi crede più nei miti? La nostra epoca è malata, malata di questo cancro dello sguardo. Vivere con il visibile. Ma chi pensa più all'invisibile?⁸

L'altro esempio che propongo, poiché siamo accolti ad Urbino, è quello altrettanto illustre di Carlo Bo, il quale, scrivendo sul «Corriere» nel novembre 1968 su Cesare Angelini⁹, così concludeva su ciò che si deve suscitare nel lettore, su ciò che deve restare della lettura:

Non tutto è gioia, piacere, in chi fa professione di lettore ma è anche fatica, per cui la lettura veramente finisce per essere un'introduzione alla verità, una verità nettamente separata, autonoma, e a cui ogni spirito libero dà il nome che ritiene «suo». Ecco in che modo un lettore soggettivo, passionale, un lettore innamorato alla fine si trova in mano un patrimonio di verità che i lettori impassibili troppe volte barattano con i loro pregiudizi e confondono con i loro umori.¹⁰

⁸ G. Macchia, *Civiltà dello sguardo*, in «Corriere della Sera», 10 maggio 1964, p. 9; raccolto ora in *La critica letteraria e il «Corriere della Sera»*, vol. II: 1945-1992, a cura di M. Bersani, Milano, Fondazione «Corriere della Sera», 2013, pp. 805-809; la citazione alle pp. 805-806.

⁹ Recensione al volume di C. Angelini, *Notizia di Renato Serra*, Padova, Rebellato, 1968.

¹⁰ C. Bo, *La verità dell'amore*, in «Corriere della Sera», 30 novembre 1968, p. 3; raccolto ora in *La critica letteraria e il «Corriere della Sera»*, vol. II: 1945-1992, cit., pp. 592-595; la citazione alla p. 595.

La lettura come introduzione alla verità: poiché ciò che descriviamo al lettore – direbbe Borges – non è cosa che appartenga al mondo, ma aggiunta al mondo¹¹, vestimento luminoso sulla nostra dolente fragilità di uomini.

E «qui farem punto» al modo che Dante prescrive: «Ma perché 'l tempo fugge che t'assonna, / qui farem punto, come buon sartore / che com'elli ha del panno fa la gonna».¹²

¹¹ J.L. Borges, *La rosa amarilla*, in *El Hacedor*, Buenos Aires, Emecé Editores, 1960: «Né quella sera né la successiva morì l'illustre Giambattista Marino [...], ma il fatto immobile e silenzioso che allora accadde fu veramente l'ultimo della sua vita . [...] Una donna ha disposto in un vaso una rosa gialla; l'uomo mormora i versi inevitabili che, a dire il vero, cominciano a infastidire un po' anche lui:

*Porpora del giardin, pompa del prato,
gemma di primavera, occhio d'aprile ...*

Allora accadde la rivelazione. Marino vide la rosa, come poté vederla Adamo nel Paradiso, e sentì che essa stava nella sua eternità e non nelle sue parole e che noi possiamo menzionare o alludere ma non esprimere e che gli alti e superbi volumi che formavano in un angolo della sala una penombra d'oro non erano (come la sua vanità aveva sognato) uno specchio del mondo, ma una cosa aggiunta al mondo» (*Una rosa gialla*).

¹² *Paradiso*, XXXII, 139-141.

Prima parte

In questa parte troverete un inquadramento del lavoro, che comprende una lettura dell'informazione così come viene raccontata dai e nei media.

È arricchita da dati, visioni e previsioni del panorama informativo sui vari temi che riguardano le modalità e i tempi dell'informarsi degli italiani.

Una fotografia lunga otto anni, fatta dall'Osservatorio News-Italia dell'Università di Urbino Carlo Bo, che mostra, fra l'altro, come gli editori e i produttori tengano poco in conto dei gusti e dei consumi della gente.



Cultura e media. Un racconto infinito

di *Lella Mazzoli*

Il racconto della cultura è un racconto infinito, un'impresa nettamente al di fuori delle possibilità umane. Nondimeno abbiamo scelto questo titolo con un pizzico di ambizione perché la cultura è oggi più che mai un tema importante e chi si occupa di informazione è chiamato a una seria riflessione sull'argomento, anche se esso possiede una natura tra le più sfuggenti. Potremmo dire che la cultura è come il silenzio: quando la nomini non c'è più. O meglio, è già cambiata, mutata, giacché la cultura è la trama che tiene unita la nostra società (dalla comunità più ristretta fino a quella nazionale e internazionale, transnazionale). È l'insieme dei nostri valori condivisi e delle idee che attraversano le nostre vite e, con esse, il nostro linguaggio. In secondo luogo, dobbiamo immaginare, metaforicamente, la cultura come il collante della società, tuttavia pensarla sempre in modo dinamico: essa infatti cambia insieme a noi in un rapporto di reciproca influenza.

Dal mio punto di vista possiamo utilmente provare ad analizzare i mezzi di comunicazione che oggi veicolano contenuti e messaggi culturali tenendo conto delle scoperte e degli sviluppi che i media hanno messo in campo per raccontare la cultura, i suoi prodotti e i suoi contenuti. Un'analisi di questo tipo non può prescindere da una panoramica sull'ecosistema informativo del nostro Paese e un breve sguardo al passato più recente può essere di ulteriore chiarimento per comprendere meglio le strade che la cultura ha percorso nei media fino a oggi.

A un primo sguardo, si direbbe che il web sia diventato l'assoluto protagonista, tanto da oscurare in molte occasioni gli altri media. È indubbio che la *portata* informativa del web, sia in termini di rapidità che di quantità, abbia apportato grandi cambiamenti anche nelle modalità di produzione e fruizione dell'informazione negli altri media; ed è altrettanto indubbio che dal punto di vista tecnologico la rete abbia, in qualche modo, inglobato gli altri media. Tuttavia sarebbe un errore pensare che non esista una dialettica, sia in termini