



CONSUMATORE, SCENARI — 25 GIUGNO 2020

Fra tempo rallentato e cambiamento veloce, Vanni Codeluppi vi spiega quel che sta succedendo

LUIGI RUBINELLI



Vanni Codeluppi

DIZIONARIO DEI MEDIA

CON TESTI DI MARIA ANGELA POLESANA E TITO VAGNI

Giugno 2020. Vanni Codeluppi è un sociologo a tutto tondo. Per anni è stato Associato in GPF di Giampaolo Fabris. I suoi libri indicano sempre una strada e per percorrerla bisogna avere pazienza, come ci vuole pazienza a leggere Dizionario dei media di [Franco Angeli](#).

Essendo poi un Professore l'impostazione del libro segue il suo dictat professionale che non è mai, per forza di cose, banale.

Innanzitutto nella struttura:

. Gli strumenti: i canali di informazione, tutti.

. Il loro funzionamento.

. I concetti.

La struttura è talmente semplice che è complessa nel contempo, ma necessaria per capire cosa è successo in questi anni, risvolti compresi.

Dice Codeluppi che "I media occupano un ruolo particolarmente importante all'interno della società contemporanea. Tendono ad impegnare il tempo di vita delle persone, influenzandone le opinioni e il modo di pensare. E soprattutto creano valore nel sistema economico".

Questo è maggiormente vero nell'epoca del #coronavirus, dove il tempo e la vita delle persone è stato improvvisamente rallentato e i media hanno potuto avere a disposizione una audience maggiore che nel passato. Ma i media cambiano velocemente, sottolinea Codeluppi.

Tempo di vita e cambiamento, quindi vanno a braccetto. E allora Codeluppi si cimenta nella costruzione di una mappa, con lo schema appena detto, e li analizza, trasformando il dizionario del sottotitolo, in una serie di percorsi e di ragionamenti.

Maria Angela Polesana, che ha contribuito non poco alla redazione del libro, leggete quel che scrive, citando Umberto Eco, a proposito del libro cartaceo versus quello digitale. Come non convenirne dopo l'esperienza del lock down che ha comunque chiuso le librerie?

La fotografia con l'avvento del digitale ha aumentato il suo ciclo di vita, allungandola verso la condivisione e la interazione, fino ai selfie, dove l'autore della fotografia giganteggia e si promuove, promuove sé stesso ma anche altri, e non si accontenta, nella condivisione, di rimirarsi.

E nello smart phone, poi trova la sua sublimazione, inculcando un nuovo divenire, il fatalismo, fenomeno preoccupante di questi anni. Lo stesso, l'interazione, è avvenuta nella radio con lo streaming e il podcasting. E lo stesso ragionamento vale per le trasmissioni televisive. La sublimazione arriva con internet e i nuovi attori che contribuiscono a creare un nuovo tipo di valore rispetto ai media classici appena ricordati, ma pur sempre di valore economico stiamo parlando, fino all'esplosione dei social media, caratterizzati da un concept innaturale: Insieme ma soli: un concept che sta trasformando la vita sociale ed economica di tutti noi.

I processi di convergenza fra tutti questi strumenti, ricorda giustamente Codeluppi, riguardano la sfera culturale più che quella tecnologica e creano un vero e proprio contesto culturale e sociale, alterando molte volte, nel bene e nel male, la percezione degli individui.

Leggete attentamente il capitolo sul software e l'intelligenza artificiale, eseguiti dalla tecnica, senza ripensamenti, ma solo eseguendo ordini voluti da altri e il quadro e lo scenario sarà completo, perché questo libro, semplice e complesso contemporaneamente risponde al bisogno di capire quel che sta succedendo e qui da capire c'è davvero tanto.

Ci fermiamo qui, altrimenti potreste pensare di aver letto il libro di Codeluppi, ma per capire ci vuole tempo e costanza, non è vero Vanni? Perché i media, alla fine della fiera, siamo tutti noi, io, Codeluppi, voi e chiunque leggerà questo libro.

**LUIGI RUBINELLI**

GIORNALISTA E ESPERTO DI RETAIL E DI CONSUMI, LAUREATO IN LETTERE. È IL DIRETTORE RESPONSABILE DI RETAILWATCH.IT. E' STATO FINO