

Home • "Umberto Eco e i media" di Vann...

"Umberto Eco e i media" di Vanni Codeluppi

[Scarica in PDF](#)
[Cerca nel sito](#)


Prof. Vanni Codeluppi, Lei è autore del libro *Umberto Eco e i media*, edito da FrancoAngeli: quale rilevanza assume, nell'opera di Eco, l'analisi della comunicazione e dei media?

Si tratta di un tema assolutamente centrale nella riflessione teorica sviluppata da parte di Umberto Eco. Credo che possa essere considerata così presente nell'attività di ricerca di questo autore da coincidere pressoché completamente con essa. Anche i complessi studi semiotici di Eco, che sembrano essere apparentemente così astratti e distanti, in realtà cercano sempre di fornire delle spiegazioni per comprendere i meccanismi di funzionamento dei processi di comunicazione. Questo perché per Eco la comunicazione e i media ricoprono un ruolo centrale all'interno del contesto culturale e sociale. E questo spiega perché le idee sviluppate da questo autore possiedano una notevole importanza se si intende comprendere gli effetti sociali esercitati dai media.



Come si sviluppa il pensiero di Eco rispetto alla comunicazione e ai media?

Il fatto interessante e prezioso nel pensiero di Eco rispetto ai media e alla comunicazione è che, a mio avviso, non c'è stata un'evoluzione. Eco cioè ha continuato per tutta la vita a cercare di portare avanti le stesse idee. Certamente, nel corso del tempo, ha trattato la comunicazione aggiornando il suo linguaggio e introducendo nuovi esempi. Negli ultimi anni di vita, però, era ancora profondamente convinto della validità delle sue idee iniziali e cioè della necessità di fornire alle persone degli strumenti culturali affinché non subiscano passivamente i messaggi dei media. Pertanto, nel mio volume *Umberto Eco e i media*, non ho delineato un percorso evolutivo nel pensiero di Eco, ma ho tentato di analizzare le idee di questo studioso rispetto alla comunicazione e ai media come un insieme unitario, focalizzando i diversi capitoli sui concetti maggiormente rilevanti.

Eco pensava inoltre che gli intellettuali debbano dare un contributo al processo di alfabetizzazione ed emancipazione delle persone rispetto ai messaggi dei media. Perché, per lui, è necessario svolgere un'attività di educazione delle persone nei confronti dei media e anche rispetto al Web e ai social media. Questi possono infatti creare delle masse di "imbecilli", come ha provocatoriamente dichiarato nell'estate del 2015, ma possono allo stesso tempo anche essere utili alla crescita culturale delle persone se vengono impiegati per aumentare le conoscenze e la capacità di ragionamento del cervello umano. Per ottenere questo risultato, però, è necessario che gli individui imparino a operare una selezione all'interno dell'enorme quantità di materiali espressivi che possono trovare nel Web.

Quale atteggiamento ha il semiologo nei confronti della cultura di massa?

È noto come, negli anni Sessanta, in *Apocalittici e integrati*, forse il libro più importante uscito in Italia sulla cultura di massa, Eco abbia descritto l'atteggiamento degli "apocalittici" e quello degli "integrati", ma non si sia schierato con nessuno dei due. Abbia cioè mantenuto una posizione di neutralità. Perché pensava che sia necessario esercitare una funzione critica nei confronti della cultura di massa, ma perseguendo principalmente l'obiettivo di migliorarla. Pensava cioè che nelle società avanzate i media, a cominciare dalla televisione, svolgono chiaramente una funzione ideologica, in quanto producono delle

Libri più recenti

"Umberto Eco e i media" di Vanni Codeluppi

"La Russia eterna. Origini e costruzione dell'ideologia post sovietica" di Luca Gori

"Allegoria. Una breve storia dall'antichità a Dante" di Francesco Zambon

"Poesie d'amore e d'altri disastri. Antologia di liriche del Meridione barocco" di Antonio Perrone

"Come e cosa pensano gli algoritmi di marketing" di Roberto Brognara

forme espressive stabili e standardizzate. Dunque, si manifestano attraverso un'azione di carattere conservatore, perché riconfermano quello che le persone già conoscono e condividono. Possiedono però al loro interno delle possibilità espressive di tipo innovativo e creativo, che vanno incentivate e sviluppate.

Va considerato che negli anni Sessanta la cultura di massa era considerata un argomento di modesta importanza rispetto alla cultura tradizionale, cioè alla filosofia o alla letteratura. D'altronde, all'epoca era notevole l'influenza esercitata dalla posizione fortemente critica della Scuola di Francoforte, che accusava la cultura di massa di produrre un effetto sociale di omogeneizzazione e standardizzazione. Eco pensava invece che la cultura di massa dovesse essere criticata, ma perché era degna della massima attenzione. Secondo lui, i messaggi della cultura di massa dovevano essere trattati come i testi letterari e dunque potevano essere sottoposti alla stessa rigorosa analisi critica.



In che modo Umberto Eco si è interessato alla natura del linguaggio visivo?

Credo che il linguaggio visivo abbia sempre affascinato Eco in conseguenza della sua natura misteriosa. Le immagini sono dotate di una grande forza comunicativa. Si pensi che è stato dimostrato che possono determinare degli effetti che corrispondono a quelli prodotti dalla realtà fisica, in quanto attivano nel corpo umano dei recettori che sono gli stessi che scatterebbero in presenza dello stimolo reale. Ma per gli esseri umani possiedono anche qualcosa di magico. Il loro significato spesso è difficoltoso da comprendere. E pertanto anche le discipline scientifiche che si occupano di interpretare i significati dei testi, come la semiotica e la linguistica, sono in difficoltà di fronte alle immagini. Proprio per questo motivo, Eco se n'è sempre occupato, cercando di fornire dei concetti utili per la sua comprensione. Per esempio, ha lavorato molto sulle figure retoriche presenti all'interno del linguaggio visivo.

Per Eco, inoltre era molto molto interessante la facilità con la quale le immagini sono in grado di mentire. D'altronde, anche la semiotica, per Eco, è una disciplina che si deve occupare principalmente della menzogna. Oggi, si parla molto spesso di «post-verità», ma per lui tutti i media, nuovi e tradizionali, devono essere visti come degli strumenti efficaci per portare avanti delle strategie comunicative basate sulla menzogna. Anche il kitsch, un tema di cui Eco si è occupato più volte, va soprattutto considerato come una specie di «menzogna artistica».

Come interpreta Eco la funzione comunicativa svolta dagli oggetti?

Gli oggetti che ci circondano, come le immagini, sono degli altri elementi sfuggenti per noi esseri umani e dunque affascinanti. Per questo Eco se n'è occupato spesso. E ha cercato di individuare l'esistenza di profonde connessioni tra il mondo delle merci, e dunque il mondo del sistema economico, e quello del sistema linguistico utilizzato dagli esseri umani per comunicare. Non a caso si è occupato molto del ruolo esercitato dal design degli oggetti, cioè dalla componente maggiormente espressiva di essi. Non a caso, negli ultimi anni della sua vita, ha rilevato con un certo dispiacere che negli ultimi decenni si era progressivamente sviluppata una condizione di crisi della capacità del design di manifestare la funzione dell'oggetto attraverso la forma. Secondo lui, non è più vero cioè quello che molti architetti e designer modernisti hanno condiviso e applicato nei primi decenni del Novecento: il celebre slogan "form follows function" ("la forma segue la funzione"), coniato da Louis Sullivan nel 1896.

Di quale attualità e la critica "echiana" della cultura di massa?

È sicuramente una critica ancora oggi molto rilevante e attuale. Secondo Eco, nelle società contemporanee, esistono dei rapporti di potere di natura diseguale, perché di solito chi ha il potere economico possiede sia i mezzi di produzione che quelli di comunicazione e dunque è in grado di influenzare con forza le opinioni delle persone. Da qui discende la radicata convinzione di Eco che sia sempre necessario esercitare un'azione critica nei confronti degli strumenti di comunicazione e dei loro messaggi. Come ha esplicitato qualche anno dopo, quando ha proposto di esercitare una vera e propria "guerriglia semiologica" rispetto ai messaggi dei media da parte di chi li riceve. Eco, inoltre, era convinto che vivere in una

società di tipo industriale dovesse necessariamente comportare di accettare un processo di commercializzazione della cultura, ma che, nello stesso tempo, fosse possibile tentare d'impiegare i media anche per diffondere dei linguaggi e dei valori di tipo culturale.

Potrebbe interessarti anche...



"Dimenticare McLuhan" a cura di Vanni Codeluppi



"Le avventure intellettuali di Umberto Eco" di...



"Come si fa una tesi di laurea" di Umberto Eco: riassunto



Sul significato del Nome della rosa

Publicato in [Saggistica](#) Taggato [mass media](#), [Umberto Eco](#), [Vanni Codeluppi](#)



Libri: novità, recensioni, autori, interviste, anteprime. Risorse per bibliofili, bibliomani e lettori appassionati. Letture.org è un sito da sfogliare come un libro!

[Contatti](#)

[Chi siamo](#)

[Classifica libri più venduti](#)

