

# in MOVIMENTO

Un manifesto per ripartire:  
scrivi con noi le proposte!

[VAI ALLA PIATTAFORMA](#) ▶

> [accedi](#) > [registrati](#)

15 dicembre 2014

f t+ g+

## VITA.it SOCIETÀ

Le notizie che gli altri non vedono

[PERSONE](#) | [IMPRESE](#) | [ORGANIZZAZIONI](#)

> [Gruppo Vita](#) > [Comitato Editoriale](#) > [Magazine](#)

cerca su vita.it

[ULTIME](#) | [NON PROFIT](#) | [SOCIETÀ](#) | [WELFARE](#) | [ECONOMIA](#) | [AMBIENTE](#) | [POLITICA](#) | [MONDO](#) | [VITA EUROPE](#) | [OPINIONI](#) | [INFOGRAFICA](#)

[Famiglia](#) | [Giovani](#) | [Servizio civile](#) | [Scuola](#) | [Università e formazione](#) | [Giustizia](#) | [Immigrazione](#) | [Abitare](#) | [Media e Cultura](#) | [Archivio](#)

sei in: [Home](#) > [Società](#) > [Media e Cultura](#) > [Vanni Codeluppi "La rete..."](#)

**MATERIALE/IMMATERIALE** 15/12/2014

### Vanni Codeluppi "La rete come bene comune non esiste più"

di *Francesco Paoletta*

La rete è ancora un bene comune oppure l'invasione e la pervasività dei mezzi di comunicazione e di relazione hanno finito per travolgere lo spazio materiale in cui cultura e relazione, da sempre, si sviluppano e si articolano? Serve una nuova etica. Un dialogo con il sociologo Vanni Codeluppi che avverte: "la rete intesa come bene comune non esiste più"



Vanni Codeluppi oggi insegna sociologia dei processi culturali e comunicativi alla IULM di Milano. Si è occupato a lungo di consumi, televisione, pubblicità. Il suo ultimo libro è *I media siamo noi. La società trasformata dai mezzi di comunicazione*, pubblicato da [Franco Angeli](#). Parla di come i media abbiano dato vita, negli ultimi anni, "ad un vasto spazio immateriale che affianca quello fisico e nel quale le persone passano una quantità crescente del loro tempo". Questa invasione dei media sta trasformando profondamente la nostra cultura sociale e il nostro modo vivere la "realtà".

#### → Vedi anche

Eutanasia legale e eugenetica liberale: anche la morte diventa "smart"

Arrivano i nipster, i "nazi fighetti"

Tecnologie e disabili intellettivi: la nuova frontiera di Anffas

T T+ > + condividi

**UNIVERSITÀ E NON PROFIT**  
La guida per scegliere >>

**SPECIALE RIFORMA TERZO SETTORE**  
Leggi tutti i contributi >>

**VITA** **VITA**

ORA ANCHE NEI PUNTI VENDITA LA FELTRINELLI E NELLE MIGLIORI LIBRERIE

**STORIE DA APPLAUSI**

la Feltrinelli

> [Iscriviti alla Newsletter](#)

[Iscriviti](#)

**VITA ENERGY**  
Prenta

**UNA BUONA SCELTA  
E UNA SCELTA BUONA**

> [Agenda](#)

**DICEMBRE** I vent'anni del Centro Come  
via Ulrico Hoepli, 3B - Milano (MI)  
- IT  
15  
15 dicembre 2014

Abbiamo incontrato per discutere di internet, e di Facebook in particolare.

*Oggi ha ancora senso parlare di internet come di un "bene comune"?*

**Vanni Codeluppi:** La rete, intesa come bene comune, non esiste più. Così come ormai in ogni ambito della nostra vita sociale, è avvenuta una progressiva privatizzazione degli spazi pubblici – pensiamo ai centri commerciali, che sono solo fintamente pubblici. Sono luoghi privati dove esistono un controllo e una selezione severi e dove non tutti possono entrare. La rete, che era nata da una ideologia in un certo senso anarchica di libertà totale, si è ritrovata ad essere un enorme contenitore di monopoli. Pensiamo ad Apple o ad Amazon: ogni azienda cerca di difendere il proprio territorio, si costruisce attorno un sistema chiuso. E questo è inevitabilmente un grosso problema.

*Nel tuo ultimo libro, I media siamo noi, ma anche in altri volumi precedenti, ti sei occupato di capitalismo digitale, delle immagini e delle informazioni che vengono messe in circolazione da ognuno di noi.*

**Vanni Codeluppi:** Ogni azienda elabora continuamente strategie per produrre business, per aumentare la produzione di valore da internet. I social in particolare guadagnano sulle informazioni degli utenti e sul desiderio di questi ultimi di partecipare, di condividere e di essere continuamente disponibili e connessi.

*E tutto questo impegno dei singoli clienti può diventare un vero e proprio lavoro, a cui si finisce per essere sottoposti, consapevolmente e non. Si lavora per le aziende che ci vendono prodotti on line, per Facebook, per TripAdvisor. Si lavora segnalando, recensendo, criticando...*

**Vanni Codeluppi:** La barriera fra lavoro e non-lavoro, fra fatica e divertimento si è via via assottigliata, fino a scomparire. Qualcuno riesce anche a guadagnare qualcosa con microlavori in rete, ma sono eccezioni. In generale si arriva a lavorare gratis perché ci si diverte, perché ci si crede, perché si condivide qualcosa. Le grandi marche cercano in ogni modo di usare i loro clienti perché condividano il loro simbolo.

*Per molti essere sempre connessi è necessario, è un luogo comune. E condividere informazioni e opinioni può essere molto gratificante. Si vive in questo modo l'illusione di avere fra le mani un po' di potere? Di poter esercitare un controllo?*

**Vanni Codeluppi:** Sì, è l'illusione di aver una piccola parte dell'enorme potere dei social network come delle grandi marche, e quindi ci si fida. In realtà, ovviamente, si tratta di un potere minimo, e assolutamente concesso. E' soltanto un surrogato.

*E si è imposta anche una vera e propria ideologia della trasparenza. Tu parli di una specie di "spionaggio reciproco". D'altra parte, ognuno è chiamato a costruire un proprio profilo, e una vetrina dove esporlo. La vecchia idea di privato va inevitabilmente in crisi. Che ne è dell'intimità, di ciò che è invisibile?*



**Vanni Codeluppi:** La rete funziona così. Tutti devono essere disponibili a comunicare. Ognuno di noi è portato a mettere in vetrina tutto quello che fa e che pensa, e conta sul fatto che gli altri facciano lo stesso. Le aziende vogliono che la gente condivida il più possibile, ma, da parte loro, non condividono certo le informazioni sul loro lavoro, sul trattamento dei dati, sugli algoritmi che utilizzano. Si tratta di trasparenza solo in un verso, orizzontale. Questa condivisione universale si rifà al vecchio modello panottico, all'idea che una società dove tutto sia visibile e quindi controllabile, sarà anche una società più giusta. Quella della condivisione è una regola sociale dominante. Non direi però che il privato possa scomparire. Esiste ancora un privato "chiuso", intimo; e poi c'è un privato da diffondere.

*Anche questo condividere, questa costruzione continua di un proprio profilo, diventa un vero e proprio lavoro.*

**Vanni Codeluppi:** Sì certo, è un lavoro infinito di autopromozione – e non a caso si parla di *self branding*. **Ognuno tratta se stesso come una marca, da valorizzare e di cui verificare il successo** (ad esempio vedendo il numero dei like ricevuti). Siamo all'interno di un mondo privato, personale, ma che è inserito in un format rigido: Facebook richiede che tu scriva in un certo modo, e con certi limiti, richiede che ci sia una immagine a rappresentarti.

*Fatto sta che oggi sembra diventato indispensabile comunicare attraverso Facebook, e non soltanto per fare (o farsi) pubblicità. Pensiamo al caso, pur minimo, degli auguri di compleanno, che vengono sollecitati. Sembra che non scambiarsi gli auguri su Facebook sia una specie di mancanza. O pensiamo anche a tutti gli "eventi" nella vita di ognuno (la nascita di un figlio, la morte di parenti e amici) che vengono annunciati ormai soltanto su Facebook.*

**Vanni Codeluppi:** Oggi con Facebook si parla a tutto il mondo, io posso raggiungere chiunque e tutti contemporaneamente. E così possono far sapere a tutti tutto quello che mi succede.

*Un'altra questione più che mai importante è quella delle immagini. I nostri smartphone e i nostri computer sono diventati degli immensi depositi di fotografie, fatte per essere condivise istantaneamente e che istantaneamente si consumano, decadono e si perdono.*

**Vanni Codeluppi:** Si tratta inevitabilmente di immagini effimere: la grande, sterminata quantità ne indebolisce la forza comunicativa. E' stato calcolato che ognuno di noi cambi in media 18 volte in un anno la fotografia che deve rappresentarlo su Facebook. Ciò avviene per il bisogno incessante di rinnovare il messaggio, per la necessità di garantire continuamente stimoli nuovi agli altri e stimolare così il rapporto con gli altri.

*La rete è anche un formidabile deposito di memoria: sui social una delle mode più accanite è quella di condividere ciclicamente gli eventi del passato, in un calendario selezionato ancora per rafforzare il profilo del singolo, la sua identità virtuale.*

**Vanni Codeluppi:** Questa attenzione alla memoria è una ritualità sociale. Come ha scritto di recente Carlo Freccero, è stata la televisione a cambiare la nostra percezione del tempo. Con le fiction o con tutti le immagini di eventi del passato che vengono ripresentate ogni anno. Nella rete poi tutto è compresente, tutto è potenzialmente raggiungibile.

*E secondo te è (o sarà) Facebook la nuova televisione?*

**Vanni Codeluppi:** Non credo, a mio parere è piuttosto Youtube a poter rivestire il ruolo che la televisione ha avuto in passato. Youtube contiene, infatti, sia la vecchia televisione, sia i nuovi prodotti – pensa ai giovani che fanno video, serie, fiction che vengono visualizzate milioni di volte e vengono pagati (e tanto) con le inserzioni pubblicitarie.

Facebook piuttosto è un canale nuovo di relazione fra le persone. **Il grande cambiamento rispetto al passato è che oggi la relazione viene mediata da uno strumento. Così come la nostra vita è sempre più mediata dagli schermi:** è attraverso uno schermo (di un televisore, di un tablet o di un telefono) che io vengo a conoscenza di ciò che avviene nel mondo, lontano da me, ma anche vicino a me. La realtà è sempre più una realtà rappresentata.

*Cosa si potrebbe fare davanti a questo enorme potere della rete sulla nostra esistenza? Come intervenire senza cadere nel moralismo?*

**Vanni Codeluppi:** L'unica soluzione che riesco a immaginare è l'educazione. Occorre che ognuno sia consapevole di quanto potere ha la rete e quanto la rete possa incidere sulla nostra vita. Pensa soltanto all'uso che di Facebook fanno coloro che devono selezionare i candidati nei colloqui di lavoro. **Nella rete rime traccia di tutto. La gente pensa, sbagliando, che si tratti di uno spazio pubblico e, quindi, garantito. Serve una specie di nuova educazione civica che insegni una vera e propria "etichetta", un modo più consapevole e sicuro di comportarsi quando si è on line.**

**TAG:** SOFTWARE LIBERO / OPEN SOURCE, WEB, DIRITTI / PRIVACY, SOCIAL MEDIA, TWITTER

 **Commenti**



COMUNITAS

VitaLavoro

#### legal

DATI SOCIETARI  
NOTE LEGALI  
PRIVACY  
INVESTOR RELATIONS

#### contenuti

DOMANDE FREQUENTI (FAQ)  
RICERCA AVANZATA

#### contatti

DOVE SIAMO  
PER GLI ABBONAMENTI

#### pubblicità su vita

SCOPRI L'OFFERTA  
PUBBLICITARIA

#### social + rss

RSS  
FACEBOOK  
YOUTUBE  
FLICKR  
TWITTER