



L'industria dell'informazione, e più in generale quella dei contenuti, svolge un ruolo essenziale per la qualità della nostra vita sociale. Essa si trova però costretta a obbedire a un vincolo di business che sta producendo danni irreparabili: la necessità di attrarre i nostri occhi (e liberare i nostri dati) verso la pubblicità. Ciò condiziona in modo decisivo la scelta dei temi da approfondire e il frame con cui vengono narrati i fatti. Una scelta che – nonostante la transizione digitale – è ancora nelle mani di poche persone.

Perché giornalisti, comunicatori e le altre figure di intermediazione culturale non rispondono più alla loro missione pubblica? Come mai queste professioni non riescono a evolvere oltre la necessità industriale di convogliare la nostra attenzione all'interno di "cornici" ben presidiate?

In "Unframing" Antonio Pavolini ci ricorda che occorre individuare nuovi modelli economici per remunerare l'industria dei media, oppure saranno i fruitori di contenuti a dover correre ai ripari, imparando da soli a "rompere la cornice". Vecchi palinsesti e nuovi algoritmi ci stanno sempre più imprigionando: siamo in una "ruota del criceto" e dobbiamo capire tutti insieme, dai decisori ai consumatori, come venirne fuori.

DATI BIBLIOGRAFICI

Autore: Antonio Pavolini

Editore: Ledizioni

Pubblicato nel: novembre 2020

Collana: Il Quant

Formato: brossura, 177 p. – ePub

ISBN cartaceo: 9788855263771

ISBN ePub: 9788855263788

Prezzo cartaceo: 14,90 €

Prezzo ePub: 6,99 €

- *Ascolta l'autore a "Parolacce" su Radiol*
- *Ascolta l'autore in dialogo con Roberto Reale per Eutopian*
- *Conversazioni sul futuro, con Antonio Pavolini per "Sette meno dieci"*