

"Come i social hanno ucciso la comunicazione", saggio di Bosticco e Magnoli Bocchi

MILANO, 21 luglio 2020 – Aziende, enti privati, istituzioni e singoli individui: tutti si concentrano sul comunicare, **ma quanti di noi si sono chiesti davvero cosa vogliamo dire?**

"Stare sui social" non solo non basta, ma può persino snaturarci in nome di qualche like in più. Tra algoritmi, SEO, *sentiment* e *brand identity*, abbiamo pensato a definire la nostra identità, i nostri valori, chi siamo e cosa abbiamo da dire? Oppure sottostiamo a leggi e diktat di una comunicazione vuota, urlata e stereotipata? È su questi temi che riflette il libro **"Come i social hanno ucciso la comunicazione"** (GueriniNext, in libreria dal 16 luglio), firmato dai due esperti di comunicazione **Guido Bosticco e Giovanni Battista Magnoli Bocchi**.

Il libro, in nove agili capitoli, smonta pezzo per pezzo i meccanismi di una comunicazione intossicata e inefficace, tutta fossilizzata sull'*esserci*, sulla smania di creare messaggi penetranti, di distinguersi e di emergere nel *mare magnum* della comunicazione social. Pensiamo di dominare la corrente ma ne siamo spesso trascinati. Pur di avere voce nelle piazze virtuali, aziende, politica e privati sono disposti a sgomitare, eccedere e snaturarsi, adattandosi a gusti, meme e mode del momento. Video di pochi secondi, copy brevi, messaggi urlati: il linguaggio social è sempre più uniformato e indistinguibile. Questo produce un cortocircuito che, di fatto, ha paralizzato la comunicazione. A ciò va poi aggiunta la potenza degli algoritmi che modificano la struttura e lo scenario degli scambi comunicativi.

Ma qual è la soluzione? Il saggio di Bosticco e Magnoli Bocchi individua la malattia e propone la cura: **passare dal paradigma della comunicazione al paradigma dell'espressione**. Guardarsi

dentro e capire noi stessi, qual è il nostro messaggio e, in ultimo, la nostra identità. Che si tratti di un individuo, un'azienda o un partito, non si avrà comunicazione efficace senza un'espressione definita. Invece di spendere tempo e risorse per sottostare a regole imposte da giganti con i piedi di argilla, lavoriamo su di noi, su chi siamo e cosa abbiamo da dire. La nuova era dell'espressione è più vicina di quanto crediamo.

Ai due autori si affiancano altri quattro contributori (Elia Belli, Guido Mariani, Roberta Franceschetti, Arianna Girard) che indagano ambiti specifici del rapporto fra comunicazione e social: l'influenza degli algoritmi, i grandi fallimenti nella storia dei social, l'educazione e la relazione con gli adolescenti, la funzione delle imprese nel contesto comunicativo.

Gli autori

Guido Bosticco insegna scrittura all'Università di Pavia e alla Scuola del Viaggio. Ha fondato Epoché, un'agenzia di progettazione e comunicazione culturale e istituzionale. È co-direttore della Vittorio Dan Segre Foundation. È membro del Comitato Etico della Fondazione Umberto Veronesi. Scrive reportage di viaggio ed è autore di una manciata di libri.

Giovanni Battista Magnoli Bocchi si occupa di storiografia, retorica e comunicazione politica, cioè del racconto della realtà a fini politici. Collabora con le università di Pavia e di Strasburgo. Insegna Forme di potere e comunicazione nel mondo greco, presso l'Ateneo pavese. Fra le sue pubblicazioni: *Politica e Storia nella Retorica di Aristotele* e *La resilienza dell'antico. Il passato alla prova del presente*.

Il libro:

Come i social hanno ucciso la comunicazione. Con una proposta per la nuova era

(GueriniNext, 15 euro, 176 pp.)

di **Guido Bosticco e Giovanni Battista Magnoli Bocchi**

contributi di **Elia Belli, Roberta Franceschetti, Arianna**

Girard, Guido Mariani