

**“*McLuhan non abita più qui?*”: gli effetti dell'interattività e della connessione permanente nel nuovo saggio di Alberto Contri**

Arriva in libreria il nuovo saggio di **Alberto Contri**, intitolato **“McLuhan non abita più qui? I nuovi scenari della comunicazione nell’era della costante attenzione parziale” (**[**https://goo.gl/r3e1O1**](#https://goo.gl/r3e1O1)**).**

Il Web ha fatto irruzione nella nostra vita con gli effetti di un Big Bang, riconfigurando il nostro modo di informarci, divertirci, consumare, entrare in relazione con il prossimo, ed esponendoci a una connessione permanente così onnipervasiva da non fare sembrare azzardato parlare di una «mutazione antropologica» in atto. Di fronte a un paesaggio quasi irriconoscibile, comprendere la vera natura del cambiamento e imparare a orientarsi di nuovo non è impresa facile per nessuno, neppure per i più vigili teorici dei media e i più smaliziati strateghi della pubblicità.

Ci riesce pienamente **Alberto Contri**, già Cda RAI, ora presidente di Pubblicità Progresso e professore di Comunicazione Sociale presso la IULM di Milano, che da 40 anni si occupa di pubblicità, di multimedialità interattiva e di comunicazione integrata sul fronte creativo, manageriale, istituzionale e speculativo. Grazie alla sua esperienza pluridecennale ha acquisito una cultura di comunicazione fuori dal comune e ha saputo governare da protagonista l’innovazione nel transito da un’era all’altra. Le sue molteplici focali di pubblicitario, manager e docente si concentrano sui new media per aggiornare la celeberrima massima di Marshall McLuhan «il medium è il messaggio», formulata mezzo secolo fa, nel periodo aureo della comunicazione «da uno a tutti». Adesso, quando a trionfare sono interattività e viralità, il vettore va «da tutti a tutti», e «la gente è il messaggio». Uno spostamento di paradigma di cui Contri accetta le sfide dirompenti, ma di cui segnala anche gli aspetti entropici e i fattori critici.

Corredato da un prezioso Glossario della pubblicità interattiva, nel saggio di **Alberto Contri** trovano spazio anche i migliori esempi di campagne pubblicitarie, commerciali e sociali, visualizzabili attraverso i codici QR. Un libro da guardare, non solo da leggere.

Con prefazione di Derrick De Kerckhove, edito da Bollati Boringhieri, è già disponibile nelle migliori librerie.

Milano, 7 marzo 2017 Ufficio Stampa (392 648 29 41)