

# Pagine Inattuali

I nuovi media,  
tra apocalissi, integrazioni e iperoggetti

A cura di  
Roberto Colonna

Federico II University Press



fedOA Press

Numero 11 della rivista elettronica «Pagine Inattuali»

ISSN 2280-4110

«Pagine Inattuali»

*I nuovi media, tra apocalissi, integrazioni e iperoggetti*

Ottobre 2024

Direzione:

Roberto Colonna

Comitato Scientifico:

Tommaso Ariemma (Accademia di Belle Arti di Lecce); Giancarlo Alfano (Università degli Studi di Napoli, Federico II); Daniele Barbieri (Accademia di Belle Arti di Bologna); Horacio Cerutti Guldberg (Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)); Fabrizio Chello (Università degli Studi di Napoli, Suor Orsola Benincasa); Didier Contadini (Università degli Studi di Milano-Bicocca); Serge Gruzinski (École des hautes études en sciences sociales (EHESS)); Stefano Lazzarin (Université-Jean Monnet Saint-Etienne); Mario Magallón Anaya (Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)); Armando Mascolo (Istituto per la storia del pensiero filosofico e scientifico moderno (ISPF)); Stefano Santasilia (Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP)); Giovanni Sgrò (Università degli Studi eCampus)

In copertina:

*Lo strumento essenziale per la manipolazione della realtà è la manipolazione delle parole. Se siete in grado di controllare il significato delle parole, sarete in grado di controllare le persone che devono utilizzarle* (P.K. Dick, *Come costruire un universo che non cada a pezzi dopo due giorni* (1978, 1985), in *Se vi pare che questo mondo sia brutto*, trad. it. di G. Pannofino, Milano: Feltrinelli, 2000, pp. 103-104).

Tutto il materiale pubblicato è distribuito con licenza “Creative Commons - Attribuzione” (CC-BY 4.0).

GABRIELE BALBI  
BERBER HAGEDOORN  
NAZAN HAYDARI  
VALERIE SCHAFFER  
CHRISTIAN SCHWARZENEGGER

*La persistenza dei media  
Teorie, approcci, categorizzazioni*

Questo articolo è la traduzione parzialmente rivista di G. Balbi, B. Hagedoorn, N. Haydari, V. Schafer, C. Schwarzenegger, *Media persistence: Theories, approaches, categorization*, in «Studies in Communication Sciences», 23 (3), 2023, pp. 299-310 (< <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2023.03.4620> >) e compare per la prima volta in italiano su *Pagine Inattuali*.

## Introduzione

Nonostante i nuovi media siano continuamente visti come killer dei vecchi media, i vecchi media muoiono raramente e molto spesso persistono. In quella che viene alternativamente chiamata “l’era di Internet”, la “rivoluzione digitale”, il “metaverso”, l’era dell’“intelligenza artificiale”, i vecchi media come il libro, il cinema, la radio, la televisione, la fotografia analogica e molti altri sono ancora in uso. Inoltre, si assiste a una sorta di riemersione dell’“analogico” in varie forme e per diversi motivi, tra cui la nostalgia di modalità d’uso in voga nel passato.

Ma cosa significa *persistenza*? La parola ha un’etimologia interessante, poiché deriva dal latino *persistere*, ossia *per* e *sistere*. In latino *sistere* (dal verbo *stāre*, “stare in piedi”) significa “far stare in piedi” e “mettere in piedi qualcosa”<sup>1</sup> e, in definitiva, i media che persistono sono quelli che *rimangono in piedi*. Ci sono media che possono essere considerati “rovine” del passato, non vengono aggiornati e possono diventare rapidamente strumenti inutili. Ma qui sottolineiamo un’altra idea: per rimanere in piedi, i media

<sup>1</sup> Cfr., J. Kelly, *The many “sist”-ers of persist and resist*, febbraio 2017, in < <https://mashedradish.com/2017/02/10/the-many-sist-ers-of-persist-and-resist> > (data di ultimo accesso 30 ottobre 2024. Da questo momento in poi, tale indicazione sarà considerata sottintesa per tutti i link riportati).

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

devono adattarsi o, in altre parole, cambiare ed evolversi in una natura mutevole, trasformandosi e impegnandosi nell'ecologia in cui sono inseriti.

### **La persistenza negli studi sui media e sulla tecnologia**

Non è la prima volta che il concetto di persistenza viene affrontato negli studi sui media. Con poche eccezioni, i *media studies* (e in particolare gli studi sui media digitali) si sono spesso concentrati sul potere dirompente e rivoluzionario delle nuove tecnologie, vedendole come opposte ai media analogici<sup>2</sup>. Inoltre, molto spesso, la storiografia dei media si è spesso concentrata sulle fasi iniziali dello sviluppo delle tecnologie di comunicazione, sulle idee brillanti degli inventori e sulla loro capacità di cambiare i paradigmi consolidati. L'attenzione era ed è tipicamente rivolta al nuovo e ai cambiamenti che esso porterà. Gli elementi delle tecnologie, delle pratiche e delle funzioni dei media che non cambiano, ma che persistono e continuano a essere rilevanti, sono stati concettualmente ed empiricamente trascurati rispetto al nuovo<sup>3</sup>.

Tuttavia, negli ultimi decenni diversi approcci nei *media studies* e negli studi sulla tecnologia hanno proposto una prospettiva diversa. All'interno dei *media studies*, possiamo individuare almeno due campi principali che si sono occupati della persistenza. In primo luogo, l'archeologia dei media ha spesso sottolineato come gli oggetti e le tecnologie del passato siano ancora importanti nella

<sup>2</sup> Su questa "ideologia della novità", si veda G. Balbi, P. Magaouda, *Media digitali. La storia, i contesti sociali, le narrazioni*, Roma-Bari: Laterza, 2021; e, come notevole eccezione, si veda T. Van der Heijden, C. Wolf, *Replicating the Kinora: 3D modelling and printing as heuristics in digital media history*, in «Journal of Digital History», 2 (1), 2022 (< <https://journalofdigitalhistory.org/en/article/33pRxE2dtUHP> > (data di ultimo accesso 30 ottobre 2024)

<sup>3</sup> Cfr., O. Driessens, *Not everything is changing: On the relative neglect and meanings of continuity in communication and social change research*, in «Communication Theory», 33 (1), 2023, pp. 32-41, (< <https://academic.oup.com/ct/article/33/1/32/6762955> >).

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

cultura contemporanea. Erkki Huhtamo ha introdotto il concetto di *topoi* per indicare che alcuni temi della cultura mediale sono ricorrenti, ciclici e sempre a disposizione per essere utilizzati nel tempo<sup>4</sup>. Parikka, Schneider e Jucan nel loro libro intitolato *Remain* sostengono:

Il *remain* non è semplicemente secondario, ma è l'ingresso primario a un regime temporale diverso che è ancora, stranamente, persistentemente qui come una cosa ma anche come qualcosa di più. L'emergere del *remain* è da considerarsi primario, anche se si sarebbe tentati di pensarlo come una traccia non pienamente presente<sup>5</sup>.

L'archeologia dei media, insomma, si è concentrata sulla persistenza materiale delle forme mediali.

Una seconda tradizione dei *media studies* che tocca la questione della persistenza è la letteratura dedicata al rapporto tra vecchi e nuovi media. Anche in questo caso, l'attenzione per i nuovi media è molto più diffusa di quella per i vecchi, che spesso vengono considerati come ciò da cui i nuovi partono e che sono destinati ad essere superati inevitabilmente. I vecchi media sono quindi considerati come l'incarnazione di vecchi ostacoli e limiti che sono superati e resi obsoleti dalle funzionalità dei nuovi<sup>6</sup>. Ma diversi autori hanno cercato di definire la persistenza dei vecchi media in modi diversi. Secondo Bolter e Grusin, la *rimediazione* è il processo

<sup>4</sup> Cfr., E. Huhtamo, *From kaleidoscomaniac to cybernerd: Notes toward an archaeology of the media*, in «Leonardo» 30 (3), 1997, pp. 221-224 (<<https://web.stanford.edu/class/history34q/readings/MediaArchaeology/HuhtamoArchaeologyOfMedia.html> >).

<sup>5</sup> J. Parikka, R. Schneider, I.B. Jucan, *Remain*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2019, p. 9.

<sup>6</sup> Cfr., M. Menke, C. Schwarzenegger, *On the relativity of old and new media: A lifeworld perspective*, in «Convergence», 25 (4), 2019, pp. 657-672 (<<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856519834480> >). C.A. Scolari, *Media evolution: Emergence, dominance, survival, and extinction in the media ecology*, in «International Journal of Communication», 7, 2013, pp. 1418-1441.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

attraverso il quale i vecchi media vengono incorporati e integrati in quelli nuovi, persistendo così nel tempo<sup>7</sup>. Charles Acland ha usato l'espressione *media residuali*. Citando Raymond Williams in *Marxism and Literature*, Acland definisce il residuo come qualcosa che «è stato effettivamente formato nel passato, ma è ancora attivo nel processo culturale, non solo e spesso non del tutto come elemento del passato, ma come elemento effettivo del presente»<sup>8</sup>. Allo stesso modo, i media residuali sono media del passato, ma che ancora influenzano il presente, media la cui rilevanza e attività persiste. La *riconfigurazione* è il modo in cui Gabriele Balbi ha definito il processo di cambiamento dei vecchi media per reagire ai nuovi<sup>9</sup>. I vecchi media, per salvarsi dall'estinzione e quindi persistere, a volte cambiano *a causa dei* nuovi media: il telegrafo è cambiato a causa del telefono, la radio e il cinema sono cambiati a causa della TV, i media analogici stanno cambiando a causa di quelli digitali. La riconfigurazione è una strategia di persistenza utilizzata dai vecchi media. Lo stesso autore ha introdotto il concetto di *coesistenza*: si tratta di una “regola d’oro” della storia dei media, in cui nuovi media e vecchi media convivono, non si uccidono a vicenda. Berber Hagedoorn ha utilizzato il concetto di *rescreening*. Il mezzo televisivo si è evoluto in una costellazione di pratiche dinamiche dello schermo che consentono il *rescreening*<sup>10</sup>, ossia l’ampio accesso

<sup>7</sup> Cfr., J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini, 2003.

<sup>8</sup> C.R. Acland, *Residual media*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007, p. xxi.

<sup>9</sup> Cfr., G. Balbi, *I media. Quattro paradigmi nella relazione tra vecchi e nuovi mezzi di comunicazione*, in G. Balbi, C. Winterhalter (a cura di), *Antiche novità. Una guida transdisciplinare per interpretare il vecchio e il nuovo*, Napoli-Salerno: Orthotes, 2013, pp. 15-36.

<sup>10</sup> Cfr., B. Hagedoorn, *Collective cultural memory as a TV guide: 'Living' history and nostalgia on the digital television platform*, in «Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies», 14, 2017, pp. 71-94 (<<https://sciendo.com/article/10.1515/ausfm-2017-0004> >); B. Hagedoorn,

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

nell'odierno paesaggio multi-mediale a un repertorio (digitale) di immagini televisive trasmesse in passato, oggi riutilizzate nella programmazione televisiva e nei media in streaming, ma anche negli archivi televisivi online. Philippe Theophanidis e Ghislain Thibault (2017) hanno utilizzato un concetto tratto dalle scienze dure (*isteresi*), riferendosi a «fenomeni in cui gli effetti persistono quando le cause sono scomparse»<sup>11</sup>. I due autori definiscono l'isteresi mediatica come «la persistenza degli effetti a livello culturale anche dopo che le cause sono scomparse a livello tecnico»<sup>12</sup> e, più specificamente, «la persistenza di forme, funzioni e configurazioni dei media, o di discorsi mediatici, immaginari o altro»<sup>13</sup>. Infine, Carlos A. Scolari ricorre a metafore e argomenti biologici per spiegare il ciclo di vita dei media nel contesto delle ecologie mediali<sup>14</sup>. Lo studioso argentino ha introdotto diversi termini e fasi della vita dei media che possono essere considerati affini alla persistenza: resistenza difensiva, adattamento, convergenza e obsolescenza. Tutti questi termini indicano che le tecnologie mediali lottano per la sopravvivenza, per adattarsi alle nuove circostanze e ai vari ambienti in cui sono immerse al fine di sopravvivere ed evitare l'estinzione. Per persistere, in altri termini.

La persistenza del passato e la sua continua rilevanza per la comprensione dei processi del presente hanno sempre rappresentato una sfida per i *media studies* e, più in generale, le

*Cultural memory and screen culture: How television and cross-media productions contribute to cultural memory*. In C. Große, R. Drechsler (a cura di), *Information storage: A multidisciplinary perspective*, Cham, Switzerland: Springer, 2020, pp. 179-197.

<sup>11</sup> P. Theophanidis, G. Thibault, *Media hysteresis: Persistence through change*, in «Alphaville: Journal of Film and Screen Media», 12, 2017, pp. 8-23, e nello specifico p. 9 (<  
<https://www.alphavillejournal.com/Issue12/HTML/ArticleTheophanidisThibault.html> >).

<sup>12</sup> *Ibidem*, p. 9.

<sup>13</sup> *Ibidem*, p. 12.

<sup>14</sup> Cfr., C.A. Scolari, *On the evolution of media: Understanding media change*, Londra: Routledge, 2023.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

scienze della comunicazione. Nella storia e nella storia dei media l'attenzione a ciò che è stato è l'essenza della disciplina. Tuttavia, la ricerca sui media e sulla comunicazione è guidata dal nuovo, affascinata e ossessionata dal cambiamento. In questo contesto, l'idea di persistenza funge contemporaneamente da promemoria e da provocazione per il settore. Nel corso del tempo, i *media studies* si sono sempre più focalizzati su tecnologie nuove o nuovissime, che però dopo pochi anni o addirittura mesi vengono spesso considerate come obsolete o poco significative<sup>15</sup>. L'attenzione al cambiamento è, come ha detto Oliver Driessens, un gene nel DNA degli studi sulla comunicazione che si distingue facilmente<sup>16</sup>. Da qui si genera una sorta di circolo vizioso, come sostiene lo stesso Driessens: l'attenzione ossessiva al cambiamento ha portato a trascurare le continuità storiche e la persistenza del vecchio, in nome di presunte rivoluzioni apportate da ogni nuova tecnologia di comunicazione, tema che porta a pubblicazioni popolari e a raccogliere fondi di ricerca in maniera più efficace. A coloro che ignorano ciò che c'era prima, tutto apparirà come nuovo e mutevole. Restare in piedi, cioè persistere, nell'ecologia dei media significa adottare ed evolvere, cambiare con il mutare delle circostanze. Inoltre, la persistenza non si oppone al cambiamento, ma piuttosto il cambiamento è un elemento costitutivo della capacità dei media di persistere: come ha ricordato Simone Natale con la formula "non esistono vecchi media", il vecchio è sempre in fase di ringiovanimento, adattamento e cambiamento<sup>17</sup>.

Negli studi sulla tecnologia, la persistenza tecnologica è stata invece maggiormente al centro dell'attenzione. David Edgerton, in

<sup>15</sup> Cfr., J. Wilke, *Die Kluft schließt sich. Über die zunehmende Synchronisierung von Medienentwicklung und Medienforschung*, in «Medien und Zeit», 34 (1), 2019, pp. 22-29.

<sup>16</sup> Cfr., O. Driessens, *op. cit.*

<sup>17</sup> Cfr., S. Natale, *There are no old media*, in «Journal of Communication», 66 (4), 2016, pp. 585-603 (<  
<https://academic.oup.com/joc/article/66/4/585/4082451> >).

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

uno dei suoi libri più significativi anche se poco conosciuto in Italia, ha sostenuto che le vecchie tecnologie restano rilevanti per molto tempo e, spesso, lo sono ancora di più quando scompaiono dal discorso pubblico<sup>18</sup>. Ha ribattezzato questo fenomeno “lo shock del vecchio”, arrivando a teorizzare che le tecnologie persistenti sono spesso più rilevanti delle innovazioni tecnologiche che occupano le prime pagine dei giornali. In parte, questa idea si avvicina al cosiddetto “effetto Lindy”, una teoria secondo la quale l’aspettativa di vita futura di alcune cose non deperibili (come una tecnologia, ma anche le idee) è proporzionale alla loro età, per cui ogni periodo di sopravvivenza in più implica un’aspettativa di vita residua più lunga<sup>19</sup>.

Un capitolo del libro di Edgerton è intitolato *manutenzione*<sup>20</sup>. La lenta esplosione degli studi sulla manutenzione negli STS e nella storia della tecnologia ha reso la persistenza un argomento chiave di discussione. La teoria della manutenzione è emersa nell’ultimo decennio, ma finora è stata raramente associata agli studi sui media e sulla comunicazione<sup>21</sup>. Tuttavia, per avviare una teoria della persistenza dei media, concentrarsi sulla manutenzione è fondamentale perché significa analizzare come le vecchie tecnologie possono essere mantenute in funzione e quindi possono persistere nel tempo<sup>22</sup>. La manutenzione è uno sforzo politico,

<sup>18</sup> Cfr., D. Edgerton, *The shock of the old: Technology and global history since 1900*, Londra: Profile Books, 2007.

<sup>19</sup> Cfr., A. Goldman, *Lindy’s law*, in *The New Republic*, 13 giugno 1964, pp. 34-35.

<sup>20</sup> Cfr., D. Edgerton, *op. cit.*

<sup>21</sup> In questo senso un’eccezione sono i lavori di Balbi e Leggero: G. Balbi, R. Leggero, (2020). *Communication is maintenance: Turning the agenda of media and communication studies upside down*, in «Hermes: Journal of Communications», 17, 2020, pp. 7-26; G. Balbi, R. Leggero (a cura di), *Communication Maintenance in Longue Durée*, London: Routledge.

<sup>22</sup> Cfr., A. L. Russell, L. Vinsel, *After innovation, turn to maintenance*, in «Technology and Culture», 59 (1), 2018, pp. 1-25 (< <https://muse.jhu.edu/article/692165> >); H. Weber, S. Krebs, *The persistence of technology: From maintenance and repair to reuse*

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

economico, tecnologico e anche sociale che aiuta i media a persistere e a prevenire il cambiamento incontrollato e caotico, l'obsolescenza o il decadimento delle tecnologie. Ancora una volta, se consideriamo la persistenza non come una forma di stasi, la manutenzione può essere considerata come un modo di gestire il cambiamento in maniera lenta e per consentire a delle tecnologie di avere un presente e un futuro, una continuità, una persistenza appunto.

La *path dependency* è un'altra tradizione teorica degli studi tecnologici legata all'idea di persistenza. Il famoso caso della tastiera QWERTY è uno dei migliori esempi per illustrare la persistenza di vecchie idee in nuove tecnologie digitali<sup>23</sup>. La tastiera QWERTY è stata inventata nell'Ottocento per le macchine da scrivere e la sua persistenza intermediale attraverso i tempi e le culture è sorprendente: dalle macchine da scrivere meccaniche a quelle elettriche, dai computer agli smartphone. Il motto della *path dependency* è "la storia conta" e, in questo caso, la persistenza di una tastiera è principalmente un fatto culturale piuttosto che tecnologico. Si potrebbe imparare a usare un'altra tastiera, naturalmente, ma per cambiare le abitudini e le pratiche d'uso è necessario uno sforzo intenso e collettivo che le società non sono disposte a compiere. Quindi, la persistenza è anche una teoria delle abitudini che non possono essere cambiate così rapidamente e la ricerca ha scoperto che alcune modalità d'uso sono più persistenti delle stesse tecnologie cui vengono applicate. Anche quando gli utenti dei media possiedono i dispositivi più recenti, che consentirebbero usi diversi, potrebbero rimanere fedeli a schemi vecchi e consolidati piuttosto che adeguarsi rapidamente<sup>24</sup>.

*and disposal*, in S. Krebs, H. Weber (a cura di), *The persistence of technology. Histories of repair, reuse and disposal* Bielefeld: Transcript, 2021. pp. 9-25.

<sup>23</sup> P.A. David, *Understanding the economics of QWERTY: The necessity of history*, in W.N. Parker (a cura di), *Economic History and the Modern Economist*, Oxford: Basil Blackwell, 1986, pp. 332-337.

<sup>24</sup> Cfr., M. Menke, C. Schwarzenegger, *op. cit.*

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

Abbiamo riflettuto su una serie di concetti che, a cavallo tra i *media studies* e la storia della tecnologia, hanno direttamente o indirettamente trattato il tema della persistenza dei media: concetti come topoi, *remain* o resti, media residuali, isteresi dei media, riconfigurazione, coesistenza, *rescreening*, shock del vecchio, manutenzione e molti altri sono collegati alla persistenza dei media e, in alcuni casi, possono anche essere considerati sinonimi. Quindi, cosa c'è di nuovo in questo contributo? Anzitutto, intendiamo promuovere una nuova agenda di ricerca per gli storici dei media e delle tecnologie digitali e, più in generale, per gli studiosi di media e digitale. Questa agenda propone di rovesciare il focus di interessi oggi predominante e, invece di concentrarsi sulle storie iniziali dei media digitali, di studiare la persistenza dei media vecchi e analogici nell'era digitale e sullo sfondo degli ambienti mediali digitali. Più specificamente, le ragioni per cui i vecchi media persistono nel tempo, il modo in cui fanno parte dei nuovi media e li modellano, il modo in cui la società digitale è stata ed è fortemente influenzata da vecchie idee, immaginari e precedenti visioni del futuro. Jussi Parikka ha proposto che il concetto di *permanenza* possa contribuire ad ampliare l'"agenda dell'archeologia dei media"<sup>25</sup>. Allo stesso modo, pensiamo che la persistenza possa cambiare il modo di approcciare i *media studies*, e in particolare i media digitali. Da un lato, con il concetto di persistenza dei media, i media digitali possono essere reimmaginati: non sempre si tratta di tecnologie dirompenti che hanno rivoluzionato il passato, ma spesso hanno connessioni con forme mediali precedenti. D'altra parte, questo può essere considerato anche un nuovo modo di intendere la storia dei media (digitali), poiché il campo non deve più occuparsi del passato, ma del presente: oggi i desktop digitali assomigliano a quelli fisici, i vecchi telefoni sono incorporati nel logo di WhatsApp e le vecchie infrastrutture sono utilizzate per

<sup>25</sup> Cfr., J. Parikka, (2012). *What is media archaeology?* Cambridge Polity Press, 2012, p. 34.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

trasportare i nuovi dati digitali. La persistenza dell'analogico e degli immaginari mediali predigitali nell'era digitale è insomma un tentativo di capire meglio il presente e come il presente sia "pieno di passato". Alcune delle tecnologie e delle pratiche persistenti che riecheggiano nelle attuali icone digitali superano il tempo e la periodizzazione storica cui si riferiscono e assumono significati che non interpellano più il passato. Sono sconosciute alle generazioni più giovani di utenti, che imparano le funzioni contrassegnate dall'icona, ma senza metterle in relazione con le radici tecnologiche cui fanno riferimento: per esempio, abbiamo salvato questo paper cliccando più volte su un'icona che ricorda un floppy disc da 3,5 – una tecnologia che abbiamo usato tutti e cinque e che rivela purtroppo anche la nostra età -, ma la stessa icona viene cliccata da persone che non hanno mai visto un floppy disc. La persistenza sottolinea quindi gli intrecci materiali, funzionali e simbolici tra vecchio e nuovo, tra passato, presente e futuro dei media.

Ma c'è una seconda novità nel contributo che proponiamo: una categorizzazione del tema della persistenza dei media e, quindi, il tentativo di scomporre i significati e la rilevanza più profondi.

### **Quattro tipologie di persistenza**

In questa sezione cercheremo di categorizzare e discutere la persistenza a quattro livelli principali: di tecnologia, di modalità di gestione, in relazione alle pratiche degli utenti e in termini di metafore. Creare delle tipologie di persistenza può essere utile per immaginare e incasellare varie forme di persistenza con cui ci si confronta giornalmente, ma anche e soprattutto per fare ordine in un panorama fin qui poco studiato e frastagliato.

#### *1. La persistenza della tecnologia*

La persistenza tecnologica riguarda la persistenza materiale, fisica e tangibile dei media, evidente nelle infrastrutture mediali. A livello macro, lo sviluppo delle reti di telecomunicazione dall'Ottocento a oggi mostra una sorprendente continuità: l'intreccio e la struttura

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

delle reti globali di cavi sottomarini che trasportano i dati di Internet, per esempio, sono incredibilmente simili a quelli della telegrafia sottomarina del XIX secolo e, per certi versi, della telegrafia wireless dei primi decenni del XX secolo<sup>26</sup>. Allo stesso modo, le reti Internet sono spesso basate su reti precedenti, come il telegrafo, il telefono e persino i tubi pneumatici<sup>27</sup>. Le reti telefoniche in rame sono state la spina dorsale di Internet e, grazie a esse, milioni di persone hanno avuto accesso alla rete. Le reti telefoniche sono in effetti molto difficili da sostituire completamente (per esempio bisogna scavare nelle strade o sostituire i cavi nelle abitazioni nel cosiddetto “ultimo miglio”) e la loro persistenza è piuttosto emblematica della natura quasi irreversibile dei grandi sistemi tecnici.

Alcune tecnologie resistono anche più a lungo di quanto noi aspiriamo a farle durare. Un caso interessante riguarda la posta pneumatica, uno dei nuovi mezzi di comunicazione più popolari tra Otto e Novecento, quando diverse grandi città europee decisero di scavare e collocare questa rete di tubi sotto le loro strade<sup>28</sup>. Era la realizzazione di un vecchio sogno: il trasporto istantaneo di lettere e oggetti da un punto all’altro della città. Dopo qualche decennio, quella rete è stata abbandonata e, per esempio, oggi a Roma un operatore Internet ha acquistato i tubi della vecchia posta pneumatica per installarvi di cavi. Come le reti telefoniche in rame, anche i tubi hanno quindi subito una riconfigurazione dei loro usi e sono passati dal trasporto lettere al supporto di Internet<sup>29</sup>.

<sup>26</sup> Si veda, per esempio, N. Starosielski. *The undersea network*. Durham: Duke University Press, 2015.

<sup>27</sup> Cfr., C.H. Franke, (2019). *Computer networks on copper cables*, in «Revue histoire et informatique/ Zeitschrift geschichte und informatik», 1, pp. 65-78.

<sup>28</sup> Cfr., L. Meneghello, *Sense Perception and the Maintenance of Pneumatic Mail Tubes in the Longue Durée. Feeling the Air, Preventing and Fixing Failures*, in G. Balbi, R. Leggero (a cura di), *Communication Maintenance in Longue Durée*, London: Routledge, 2024, pp. 43-62.

<sup>29</sup> Cfr., G. Balbi, *Ancora tu! L'emersione e la rilevanza della storia dei media nella vita quotidiana*, in «Mediascapes», 8, 2017, pp. 11-23.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

Ci sono vecchi media persistenti che sono semplicemente tecnologicamente migliori di quelli più nuovi (e magari digitali). Come sostengono Lisa Gitelman e Geoffrey Pingree, tendiamo a considerare le tecnologie nuove e digitali semplicemente migliori di quelle vecchie e analogiche, ma si tratta di una visione teleologica, lineare ed evolutiva della storia della comunicazione, che va dal mezzo più vecchio e peggiore a quello più nuovo e migliore<sup>30</sup>. Una visione semplicemente sbagliata. Il libro di carta, per esempio, è una tecnologia introdotta secoli fa e trasformatasi grazie alla stampa nel XV e XVI secolo e a nuove tecnologie per la produzione di massa come l'energia a vapore, la rotativa e la linotype nel XIX secolo. Nonostante i numerosi tentativi e le previsioni sulla scomparsa della carta (libri, giornali, ma anche cartellonistica), questa tecnologia non è stata sostituita dalla sua forma digitale (epub, ebook, ecc.) ma, al contrario, la pubblicazione e la vendita di prodotti cartacei a livello globale sono ai massimi storici<sup>31</sup>. Si tratta di una forma di “shock del vecchio”, secondo le parole di Edgerton ricordate poco sopra: proprio nel momento in cui i media digitali sembrano essere le tecnologie cruciali e più rilevanti oggi, i libri di carta proliferano. Questo fenomeno non è solo persistenza, ma anche proliferazione dell'analogico grazie alle piattaforme digitali, con Amazon che, nel caso della diffusione dei libri cartacei, ha evidentemente giocato un ruolo cruciale.

Un altro caso di persistenza tecnologica è rappresentato dai media analogici che non vengono più utilizzati ma sono ancora conservati in spazi privati o pubblici. È il caso delle vecchie reti telegrafiche o telefoniche che nessuno vuole smantellare perché è troppo costoso per le aziende pubbliche o perché le aziende private

<sup>30</sup> Cfr., L. Gitelman, G.B. Pingree, (a cura di.), *New media, 1740-1915*, Cambridge: The MIT Press, 2003.

<sup>31</sup> Cfr. H. Pimlott, “*Eternal ephemera*” or the durability of “disposable literature”: *The power and persistence of print in an electronic world*, in «Media, Culture and Society», 33 (4), 2011, pp. 515-530 (<  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443711398690> >).

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

responsabili sono fallite, per esempio: Paolo Bory ha mostrato che le cabine di Internet ad alta velocità degli anni Novanta sono ancora visibili in diverse città italiane, a volte riutilizzati per nuove generazioni di cavi, a volte semplicemente abbandonati<sup>32</sup>. Poi, su scala più piccola, si pensi a come le case siano piene di supporti analogici e digitali inutilizzati: registratori VHS, Walkman, Discman, vecchi telefoni cellulari, stereo non funzionanti, grammofoni, vecchie console di gioco, vecchi lettori MP3, DVD, CD, floppy disc. Perché non buttiamo via le vecchie tecnologie che non funzionano o che non usiamo più? Perché anche le tecnologie analogiche e digitali possono cambiare le loro “funzioni” nel tempo. I media sono rilevanti non solo quando sono in uso, ma anche quando *non sono utilizzati*. Diventano oggetti decorativi e pezzi di modernariato che vengono anche venduti e acquistati nei mercati. I media che possediamo e che mettiamo in mostra sono la spia della nostra identità, di chi siamo, di come vogliamo essere visti e riconosciuti o, soprattutto nel caso dei media più vecchi, di chi siamo stati nel nostro passato. Per questo motivo tendiamo a non liberarci dei vecchi media perché sono collegati in maniera potente a sentimenti di memoria e nostalgia<sup>33</sup>. Questi sentimenti legati agli oggetti persistono nel tempo e sono una memoria materiale di ogni persona<sup>34</sup> e talvolta sopravvivono persino a chi li ha acquistati<sup>35</sup>.

## 2. *La persistenza nelle modalità di gestione*

La seconda categoria di persistenza a che vedere con le modalità di gestione delle tecnologie di comunicazione. Politici, aziende

<sup>32</sup> Cfr., P. Bory, *The Internet myth: From the Internet imaginary to network ideologies*, Londra: University of Westminster Press, 2020.

<sup>33</sup> Cfr., K. Niemeyer, *Media and nostalgia: Yearning for the past, present and future*, Dordrecht: Springer, 2014.

<sup>34</sup> Cfr., M. Menke, C. Schwarzenegger, *Media, Communication and Nostalgia. Finding a better tomorrow in the yesterday?*, in «Medien und Zeit», 31 (4), 2016, pp. 2-6.

<sup>35</sup> Cfr., R. Bodei, *La vita delle cose*. Roma: Laterza, 2010

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

private e tecnici regolano e gestiscono i nuovi media in un panorama mediatico ancora dominato dal passato. È sorprendente come le idee e i principi politici persistano nel tempo. Prendiamo il famoso documento sulle autostrade dell'informazione (torneremo più avanti sulla metafora delle autostrade) scritto dall'amministrazione Clinton nel 1993 e rilasciato con il titolo *The National Information Infrastructure: Agenda for Action*. Si tratta di un documento ricco di idee persistenti sulle “rivoluzioni della comunicazione” e sull'impatto che le nuove infrastrutture di rete avrebbero dovuto avere: le reti digitali, così come la telegrafia o la radiotelevisione in passato, avrebbero ridotto le distanze, favorito lo sviluppo della democrazia, permesso un accesso paritario alle scuole e portato benefici alle persone dal punto di vista economico e della salute<sup>36</sup>. Un altro esempio è l'iniziativa del World Economic Forum “One Laptop per Child”, lanciata nel 2005 e rapidamente naufragata: spinta dal determinismo tecnologico, l'idea alla base del progetto era quella di portare computer portatili a basso costo ai bambini che abitavano nei paesi poveri e, così facendo, dare accesso a nuove forme di istruzione e informazione<sup>37</sup>. L'accesso ai media come accesso a nuove forme di cultura è un'altra idea politica persistente: strumenti mediali come radio e TV, registratori VHS, computer desktop, connessioni a Internet e altro sono stati utilizzati per diffondere la cultura tra le giovani generazioni.

Può anche esserci una persistenza dei modelli di business e delle mentalità aziendali. Negli anni Settanta del Novecento, i primi personal computer sono stati prodotti e venduti da aziende che producevano macchine da scrivere. Il paradigma di gestione era l'ufficio. Aziende come Motorola sono passate dalla produzione di radio portatili (i cosiddetti transistor), a cercapersone, fino ai telefoni cellulari. Il paradigma gestionale persistente era la

<sup>36</sup> Cfr., T. Streeter, *The net effect: Romanticism, capitalism, and the Internet*, New York: New York University Press, 2011.

<sup>37</sup> Cfr., M.G. Ames, *The charisma machine: The life, death, and legacy of One Laptop per Child*, Cambridge: The MIT Press, 2019.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

portabilità. Le aziende leader nella produzione di batterie, come Duracell negli Stati Uniti, hanno iniziato a produrre power bank per i dispositivi digitali. Si tratta infatti di un paradigma di ricarica. In termini di distribuzione, c'è il famoso esempio di Netflix che nella seconda metà degli anni Duemila ha ripensato il modello del noleggio di Blockbuster. Invece di negozi fisici, Netflix ha permesso agli utenti di noleggiare i DVD attraverso una piattaforma online e poi li ha fatti arrivare agli abbonati attraverso i normali servizi postali<sup>38</sup>. Si tratta di una forma di circolazione dei beni fisici persistente anche nell'era digitale.

È interessante notare anche le continuità e le persistenze in termini di spazio e luogo. A Menlo Park, una cittadina di poco più di 30'000 abitanti situata nella contea di San Mateo, in California, Thomas Edison stabilì il suo quartier generale e per decenni sperimentò e brevettò tecnologie per il cinema, la riproduzione del suono, la radio e molti altri settori della comunicazione. Qualche decennio dopo, Menlo Park divenne uno dei centri nevralgici della Silicon Valley e della cosiddetta rivoluzione digitale: qui Sun Microsystems sviluppò il linguaggio Java negli anni Novanta del Novecento e, dal 2011, Mark Zuckerberg vi trasferì la sede di Facebook.

### *3. La persistenza di pratiche e utenti*

La terza categoria riguarda gli utenti che usano in maniera simile media diversi nel corso del tempo. Tornando al già citato articolo sull'isteresi dei media, Theophanidis e Thibault sostengono che le aspettative degli utenti verso le nuove tecnologie sono

[...] plasmate dalla loro esperienza con la tecnologia precedente [...] cercano attivamente di riconoscere qualcosa che è loro familiare [...] (attribuiscono) modelli di conoscenza passati ai nuovi media; potrebbero resistere agli usi prescritti a

<sup>38</sup> Cfr., R. Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: NYU Press, 2019.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

favore di vecchie pratiche a cui si sono abituati; o potrebbero aggrapparsi a un vocabolario obsoleto per descrivere le nuove tecniche<sup>39</sup>.

Questo insieme di pratiche può essere letto anche come una tattica per «mitigare l'accelerazione data dall'evoluzione tecnologica»<sup>40</sup>. Perseverare, persistere è anche mitigare. Ricorrere al fascino di vecchie tecnologie e pratiche familiari nel contesto di nuovi quadri tecnologici ci aiuta a far fronte al cambiamento<sup>41</sup> e a ricollegare l'azione attuale all'esperienza e alle conoscenze precedenti. Un esempio eloquente è il suono dell'otturatore meccanico negli smartphone: quando scattiamo una foto con il nostro telefono, sentiamo il suono del click prodotto da vecchie macchine fotografiche analogiche<sup>42</sup>. *Quel* click è immediatamente associabile alla fotografia, è un modo per collegare le vecchie pratiche ai nuovi dispositivi, ci ricorda che in fondo ancora oggi scattare una fotografia è un atto che compiamo premendo uno strumento con un dito, e che ancora oggi clicchiamo un pulsante anche se virtuale per farlo («voi schiacciate il bottone, noi facciamo il resto»), secondo un noto slogan della Kodak introdotto nel 1888).

Abbiamo già detto come nelle pratiche d'uso possano persistere abitudini, routine e logiche consolidate anche se le nuove tecnologie consentirebbero altre modalità di coinvolgimento. Gli utenti, tuttavia, non iniziano semplicemente a utilizzare i nuovi dispositivi così come sono stati progettati dai loro produttori, ma finiscono per appropriarsi dell'uso delle tecnologie in base alle loro preferenze, esigenze e abitudini precedenti<sup>43</sup>. Le modalità d'uso di

<sup>39</sup> P. Theophanidis, G. Thibault, *op. cit.*, p. 10 e p. 12.

<sup>40</sup> *Ibidem*, p. 12.

<sup>41</sup> Cfr., M. Menke, C. Schwarzenegger, 2019, *cit.*

<sup>42</sup> Cfr., M. Henning, *New lamps for old: Photography, obsolescence and social change*, in C. Acland (a cura di), *Residual media*, Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007, pp. 48-65.

<sup>43</sup> Cfr., N. Oudshoorn, T. Pinch (a cura di), *How users matter. The co-construction of technologies and users*, Cambridge: The MIT Press, 2003.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

determinate tecnologie non sono quindi tanto iscritte nelle o prescritte dalle tecnologie stesse, ma si formano e si cristallizzano in una complessa interazione di fattori individuali, sociali e tecnologici, insieme a infrastrutture, disponibilità e costi d'uso<sup>44</sup>. Le persone hanno iniziato, per esempio, a cercare il proprio nome in rete ben prima dell'arrivo del web e di Google negli anni Novanta del Novecento e, per esempio, già una decina di anni prima con il Minitel in Francia si cercavano informazioni su se stessi, ci si connetteva, chattava, flirtava con altri utenti<sup>45</sup>. Alcune pratiche attraversano i media, vengono rimediate, sono pezzi di DNA che sembrano passare di un mezzo a un altro.

Alcune pratiche d'uso sono legate a caratteristiche generazionali<sup>46</sup>: le persone che appartengono alle stesse generazioni hanno probabilmente esperienze e possibilità condivise che influiscono anche sul modo in cui utilizzano determinate tecnologie, compresi i media. In un approccio generazionale ai media, la giovane età e i periodi di crescita e adolescenza sono considerati anni formativi, che in seguito influenzano il modo in cui tutte le nuove tecnologie medialì vengono utilizzate, interpretate e valutate. Le esperienze fatte quando le persone hanno familiarizzato per la prima volta con i media prevalenti al tempo della loro adolescenza influenzano il modo in cui approcceranno le tecnologie successive. Bolin e Hepp hanno tuttavia criticato quello che potrebbe essere considerato un determinismo generazionale dell'uso dei media. Non è la generazione stessa a plasmare il modo in cui i media vengono

<sup>44</sup> Cfr., M. Menke, C. Schwarzenegger, 2017, cit.; M. Menke, C. Schwarzenegger, 2019; cit.

<sup>45</sup> Cfr., V. Schafer, B. Thierry, *Le Minitel. L'enfance numérique de la France*. Parigi: Nuvis, 2012.

<sup>46</sup> Cfr., G. Bolin, *Media generations: Experience, identity and mediatized social change*. Londra: Routledge, 2016; A. Hepp, M. Berg, C. Roitsch, *A processual concept of media generation*, in «Nordicom Review», 38 (s1), 2017, pp. 109-122 (<<https://sciendo.com/article/10.1515/nor-2017-0395> >).

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

utilizzati, ma è la probabilità di rivivere esperienze simili e collettive che hanno definito o definiscono le generazioni ad avere un impatto sul modo in cui gli utenti danno senso ai media e li integrano nelle loro pratiche quotidiane<sup>47</sup>.

Anche in questo caso, possiamo vedere il potenziale insito nell'enfatizzare la persistenza rispetto al cambiamento. Piuttosto che cercare ciò che distingue le generazioni e come le nuove tecnologie siano portatrici di cambiamento, un approccio focalizzato sulla persistenza si concentra su ciò che rimane *nonostante* la rapida innovazione tecnologica e come le esperienze condivise, i bisogni o i modelli d'uso simili si stabilizzino *tra le generazioni*. Inoltre, mentre tutti gli occhi e i pc dei ricercatori sono tipicamente puntati sul cambiamento e sull'appropriazione del nuovo, il concetto di persistenza aiuta a capire che non tutti diventeranno utenti delle nuove tecnologie, ma alcune (anzi, molte) persone continueranno a usare i media come facevano prima, a prescindere dal fatto che abbiano a che fare con nuove tecnologie. È necessario concentrarsi su ciò che le persone continuano a fare e fanno, oppure su ciò che evitano di fare (e quindi sulla cosiddetta resistenza ai media<sup>48</sup>), invece di seguire le ultime mode. Ciò aggiunge una certa complessità agli studi sulla ricezione, l'adozione, l'addomesticamento e ai *media studies* in generale.

#### 4. *La persistenza delle metafore*

La quarta e ultima forma di persistenza è quella *metaforica*. Pensiamo alle metafore analogiche e a quanto siano popolari nel mondo digitale a dimostrazione di come ci sia una forma di persistenza dell'immaginario e delle idee legate ai media e alla comunicazione. Molto spesso, anzi, i media digitali sono stati immaginati come media analogici che fanno qualcosa di meglio: si tratta di un

<sup>47</sup> Cfr., G. Bolin, *op. cit.*; A. Hepp, M. Berg, C. Roitsch, *op. cit.*

<sup>48</sup> Si veda, per questo concetto, T. Syvertsen, *Media resistance: Protest, dislike, abstention*. Basingstoke: Springer Nature, 2017.

vecchio immaginario tipico di varie metafore legate al digitale<sup>49</sup>. Se prendiamo, per esempio, il *proposal* che Tim Berners Lee sottopose al CERN per promuovere il progetto del World Wide Web, è subito evidente come l'informatico statunitense si servì di vecchie metafore e vecchi media per fare capire ai committenti di cosa si stava parlando: e, allora, vecchi media come gli elenchi telefonici e le biblioteche sono gli strumenti chiave di ispirazione per costruire il nuovo sistema<sup>50</sup>. Un altro esempio è la già citata metafora dell'autostrada dell'informazione: si tratta di una metafora legata ai trasporti, divenuta piuttosto popolare per indicare le reti Internet ad alta velocità. In diversi paesi, questa metafora è stata riadattata, come *autobahn* di informazioni o di dati in Germania o reti ferroviarie in Italia, ma l'analogia tra Internet e il trasporto di persone e merci è un tema ricorrente e persistente<sup>51</sup>.

Una seconda forma di persistenza metaforica ha un carattere iconico. Sebbene le cornette dei telefoni fissi stiano sparendo, l'icona che contraddistingue WhatsApp è costituita da un ricevitore telefonico bianco in campo verde. Allo stesso modo, il logo di Instagram è una macchina fotografica analogica. La maggior parte dei servizi di posta elettronica sul Web continua a conservare le tradizionali icone postali, come le buste di carta, la carta carbone, le graffette per gli allegati. Come accennato, nei computer, l'icona universale del salvataggio è un floppy disk da 3,5 pollici utilizzato negli anni Ottanta e nei primi anni Novanta e che è diventato sinonimo di conservazione nel mondo digitale contemporaneo

<sup>49</sup> Cfr., C. A. Scolari, *In media(tization) studies we love metaphors*. In S. Valdetaro (a cura di), *Mediatization(s) Studies*, Rosario: UNR Editore, 2021, pp. 122-148.

<sup>50</sup> Cfr., P. Bory, *A Web made of media: Media imaginaries and the birth of the World Wide Web*, in V. Schafer (a cura di), *Temps et temporalités du Web*, Paris: Presses universitaires de Paris Nanterre, 2018, pp. 15-28.

<sup>51</sup> Sulla "tele-presenza" e il legame con i trasporti, si veda J. Bourdon, *Telepresence: Or, we have always been ghosts, from Cicero to computers*, In G. Balbi, N. Ribeiro, V. Schafer, C. Schwarzenegger (a cura di), *Digital roots: Historicizing Media and communication concepts of the digital age* Berlin, Germany: De Gruyter Oldenburg, 2021, pp. 211-228.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

nonostante sia caduto in disuso. Pensate ai desktop dei nostri computer portatili: sono ancora molto simili a uffici e scrivanie fisiche, con cestini, cartelle, documenti e programmi di elaborazione testi. Come detto, è interessante notare come gli utenti più giovani dei servizi digitali non abbiano forse mai spedito lettere cartacee nel corso della loro vita, non abbiano mai scattato una fotografia con una macchina analogica, non abbiano mai fatto una telefonata attraverso un classico ricevitore o usato un floppy disk da 3,5 pollici. Tuttavia, sono in grado di riconoscere tutti questi oggetti come media e di metterli in relazione con le loro pratiche attuali, talvolta senza coglierne il nucleo storico che persiste attraverso il simbolo, talvolta provando forme di nostalgia per passati comunicativi che non hanno mai sperimentato e che sono quindi in un certo senso mitologici – questa forma di nostalgia per cose che non si sono vissute, prende il nome di “nostalgia storica” e ha una sua letteratura ormai definita.

Esiste anche un'altra forma di continuità e persistenza nel modo in cui vengono chiamati o immaginati i servizi. Per esempio, le metafore liquide o fluide sono piuttosto popolari nel tempo: i canali radiofonici e televisivi sono diventati canali YouTube; il tubo stesso è un contenitore persistente anche a livello metaforico; anche la rete può essere considerata un modo persistente di immaginare le infrastrutture mediali e deriva, secondo Pierre Musso, dalle pratiche d'uso legate alla pesca<sup>52</sup>. C'è spazio per un'ampia discussione sulla storia delle metafore dei media, e in particolare delle metafore dei media digitali, che mostrerebbe chiaramente come argomenti, nomi e metafore persistono nel tempo, magari cambiando significato e mezzo di comunicazione, ma restando vivi e presenti nelle pratiche quotidiane degli utenti<sup>53</sup>.

<sup>52</sup> Cfr., P. Musso, *Network ideology: From Saint-Simonianism to the Internet*, in J. L. Garcia (a cura di), *Pierre Musso and the Network Society*, Cham: Springer, 2017, pp. 19-66.

<sup>53</sup> Cfr., J. Farkas, M. Maloney (a cura di), *Digital Media Metaphors. A Critical Introduction*, London: Routledge, 2025.

Gabriele Balbi, Berber Hagedoorn, Nazan Haydari,  
Valerie Schafer, Christian Schwarzenegger

### **Conclusioni**

Possono esistere molte altre forme di persistenza dei media, ma abbiamo deciso di concentrarci su quelle più rilevanti per la nostra ricerca e su quelle che stanno emergendo più nettamente nella letteratura scientifica. Ma molte altre categorie e forme possono essere aggiunte e, anzi, in un certo senso, questo è il nostro auspicio perché significherebbe aver avviato una riflessione sulla persistenza dei media. Questo articolo rappresenta dunque solo un primo passo per esplorare cosa la persistenza dei media possa aggiungere alla nostra comprensione dei media e quali strade di ricerca possa aprire in futuro.