

Bisogno, la cultura del falso e l'avvento del «dio» sharing

Marcello Napoli

Aletheia, dal greco svelamento, rivelazione, verità. Il significato letterale è «lo stato del non essere nascosto» e implica anche la sincerità, così come la fattualità o realtà. Sotto il segno del disvelamento del falso (il termine usato e abusato è fake), dell'illusione, dell'inganno e dell'esplorazione del mondo della comunicazione attraverso immagini, social media, la tv e il computer (lo è anche un modesto telefonino) poniamo il volume «La cultura del falso. Inganni, illusioni e fake news», curato da Andrea Robbto, edito da **Meltemi**. Si tratta di un corale sondaggio e mappa di viaggio nel solco profilato da McLuhan e lievitato grazie al grande sviluppo tecnologico. Lo ricorda il curatore dell'opera: «Lo sviluppo della tecnologia determina uno sviluppo degli apparati medial, che a sua volta determina uno sviluppo delle diverse manifestazioni dell'ingegno». Dove è il vero, dove il falso? L'exemplum di Zeusi e Parrasi nel mondo della riproduzione della realtà è pregnante e antico quanto le radici della civiltà occidentale. Nel volume di oltre 550 pagine c'è una preziosa perla di Anna Bisogno, salernitana, professore associato di Cinema, televisione e radio presso l'Università Mercatorum. «La rete e lo schermo. Televisione e

contenuti nell'era dei social network» è il titolo del suo contributo.

L'ASPETTO

I media non sono, come appaiono o vogliono farli apparire, semplici canali per l'informazione, ma modellano anche il processo del pensare. Orientare le masse non è una scoperta di oggi, solo che nell'era della rete è più facile, coinvolgente e numericamente rilevante, funzionale al potere di oligarchie spesso mascherate da democrazie. Lo share (di un programma) non è solo un numero che profila il gradimento, ma è anche l'indice di ciò che mantiene magneticamente le persone incollate al video o radio o computer. L'aspetto interessante della vicenda - il continuo rimbalzare di notizie e narrative, commenti e critiche e lievitare dell'audience - «è l'osmosi narrativa che si crea tra media tradizionali e social network con particolare riguardo ai contenuti cosiddetti patemici, di pathos e di lacrima. Il rapporto con la rete incide profondamente sulla dimensione patemica del trasmesso», scrive la Bisogno. Ciò avviene in particolare con le trasmissioni televisive in diretta e in modo particolare con quelle del daytime, come La vita in diretta, Storie Vere (Raiuno) e Mattino Cinque e Po-

meriggio Cinque (Canale 5), in cui l'informazione e l'intrattenimento si fondono in una narrazione che non soltanto usa i social network come fonte ma diventa un processo orientato di trasformazione di azioni e passioni, dove ogni azione genera una passione e, viceversa, ogni passione genera un'azione. Il «dio» sharing è l'eventizzazione; ne sono campioni di ascolto i programmi del primo pomeriggio. «La tv non è più la tv, persino il computer non sarà (è) più il computer», scrive Anna Bisogno. Non crediamo ci sia bisogno di scomodare Andy Wharol e il bisogno di ognuno (?) di 5 minuti di celebrità che il passaggio su video, radio, web ci possono regalare. Ne intuirono le problematiche e l'uso che ne avrebbe fatto - ne ha sempre fatto - il potere, in tanti: Pasolini e Montale, Guy Debord, tra gli altri: «Moltiplicando gli occhi si vede meno. Tra poco avremo migliaia d'occhi e resteremo al buio». Lo scopo del volume e lo sguardo attento di Anna Bisogno sono testimonianza, tra tanti spettatori-massa, di impegno etico-politico-scientifico, di sinergie volte alla ricerca di modelli non funzionali al potere ma pronte ad aprire le porte ai bisogni e valori della vita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**LA GIORNALISTA
DOCENTE ED ESPERTA
DEI MEDIA È AUTRICE
DI UN INTERESSANTE
SAGGIO SU TELEVISIONE
SOCIAL E FAKE NEWS**

