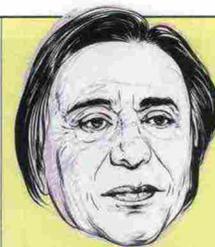


l'ospite
inattesodi
CARLO
FRECCERO

COSA È PIÙ VERO DI UNA BUFALA?



Usiamo la parola *visioni* in due sensi. Da un lato la *visione* è, in senso letterale, l'immagine della realtà che ci rimandano i nostri sensi, nello specifico la vista. Dall'altro la *visione* è, in senso figurato, un'ipotesi culturale. Si va da una visione del mondo così come è a una interpretazione in senso utopistico dove la *visione* anticipa un modello auspicabile di futuro. In entrambe i casi *la visione è vera*. Vera perché verificabile e vera perché auspicabile a livello politico e morale. Non è casuale quindi che per condizionarci la pro-

paganda passi attraverso l'immagine vera, contraffatta o rielaborata. Solo l'immagine ha l'impatto immediato di un enunciato che può verificare o falsificare le nostre convinzioni. Noi pensiamo quello che vediamo.

Quest'anno il Festival della Comunicazione di Camogli si occupa di *visioni*, ma, dato che qualsiasi concetto è soggetto a quello che potremmo chiamare «spirito del tempo» o «ordine del discorso», il primo problema da porci è: cosa resta oggi del concetto di visione, nei suoi due significati?

Comincerei dal significato in senso figurato, il concetto di visione come utopia, progetto di un ipotetico futuro. Oggi il futuro si è appiattito sull'eterno presente della postmodernità. Esiste un'unica dimensione: il qui e ora. Pensiamo all'ultimo campo dello scibile umano a cui venga ancora attribuito il valore di scienza: l'economia. Noi continuiamo a chiamare economia la produzione industriale che presuppone ancora una *visione*. L'imprenditore è un visionario, un utopista che immagina un futuro migliore, se non per la società, almeno per la sua azienda. Era un visionario Steve Jobs, l'eroe di internet. Oggi però l'economia è finanza. In finanza il valore non si crea con la produzione, ma con il mercato. E il mercato è solo il qui e ora. Gli algoritmi che



SAPORE DI IMMAGINE

Dal 6 al 9 settembre Camogli (Genova) ospita la quinta edizione del Festival della Comunicazione: 76 gli incontri previsti su tematiche di grande attualità, dai media alle fake news, dalla politica sui social all'intelligenza artificiale, con oltre 100 protagonisti di informazione, cultura, innovazione ed economia.

occidentale ha dato all'immagine un significato centrale. Basta ricordare un dato fondamentale: solo la cultura occidentale ha una storia dell'arte e dell'immagine. Le altre culture sono aniconiche. Una semplice rappresentazione naturalistica è per loro un'offesa alla divinità. Ma così come per le culture aniconiche l'immagine ha sempre rappresentato il male, per l'Occidente è sempre stata sinonimo di verità. Anche qui il concetto di immagine va ripensato. Con l'avvento del marketing si è passati da un concetto di immagine spontanea all'idea della strumentalizzazione dell'immagine a fini di propaganda.

Si arriva così all'assurdo che l'immagine contraffatta, realizzata in studio con tecniche pubblicitarie, viene giudicata più vera dell'immagine naturale, colta casualmente nel suo farsi, perché quest'ultima potrebbe veicolare una verità non condivisa dal mainstream. Paradossalmente tra le due è quest'ultima a essere bollata come bufala.

Pensiamo alla fake per eccellenza. Josepha, nella foto più discussa del momento, ha veramente le unghie laccate. Dunque l'immagine è vera, non contraffatta. Ma è comunque considerata dalla stampa una bufala, perché dà della migrazione un'immagine politicamente scorretta.

per i grandi gruppi programmano in automatico acquisti e vendite non hanno visioni, ma solo soglie di resistenza in salita o discesa dal cui superamento scaturisce in automatico la valanga delle vendite o degli acquisti. Nel mondo contemporaneo non c'è posto per le *visioni*. Direi di più. Le visioni politiche, le utopie sono bollate di «fascismo» perché opporrebbero resistenza alla libertà dei mercati che rappresenta oggi l'unico valore riconosciuto.

Dobbiamo allora interpretare le *visioni* come immagini e cioè oggetti del nostro atto di vedere. Possiamo dire che tutto il pensiero

Carlo Freccero — 71 anni, partecipa al Festival della Comunicazione di Camogli con l'incontro, il 7 settembre, «Pensare con gli occhi».