
L'sola dei famosi: Quel patetico proclamare il proprio io

Autore: Paolo Crepaz

Fonte: Città Nuova

"Bene o male, l'importante è che parlino di noi". Per questo non ne abbiamo parlato. L'isola dei famosi, il reality show che ha saputo incollare al teleschermo oltre 10 milioni di italiani, è riuscito nel suo obiettivo: dimostrare che non serve più possedere una cultura, o avere una competenza specifica per stare davanti ad una telecamera. Basta disporre di una sorta di sé naturale (?), di una spinta vigorosa e primitiva a manifestarsi e, soprattutto, a prevalere sugli altri: un poderoso spettacolo di lotta identitaria, nel quale prevale chi sa dire o sbraitare la parola "io" nella maniera più spiccia e visibile. Da più parti si è parlato di uno spettacolo rappresentativo di un'epoca che ha mandato in frantumi l'ultima crosta di decenza televisiva per offrire la scena alla pura adrenalina individuale. Identità sociale e identità individuale, le categorie critiche di Marx e Freud, erano tali in quanto frutto di un percorso, di un divenire: oggi si è deciso di accendere la telecamera sulla gente così com'è, e di incoronarla sul campo. Niente retaggi borghesi di ricerca di stile, nessuno spazio alla ricerca del valore intrinseco delle persone, nessuno sforzo di emendarsi prima della propria falsa coscienza: vale voler prevalere, senza etica, né estetica, senza tante indagini sulla propria identità. Perché? Semplicemente perché alla gente piace, e piace così: perché un simile spettacolo è liberatorio, è esemplare, e non comporta l'onere di affinarsi o giustificarsi. E per di più fa audience, oggi come ai tempi di Dante, "chè voler ciò udire è bassa voglia".

TELEFONINI Arrivano i virus sui cellulari Entro breve tempo i virus informatici potrebbero compiere il grande salto e invadere i cellulari. Rubrica che sparisce, tastiera bloccata e display in panne: un incubo, per coloro che vivono in simbiosi con il telefonino. L'anno del contagio potrebbe già essere il 2004, secondo alcuni tecnici dei colossi dell'informatica. Riprova indiretta: l'annuncio dell'accordo tra Network Associates, che produce il famoso antivirus McAfee, e la Ntt Docomo, gigante della telefonia mobile giapponese, per la creazione di programmi che proteggano la prossima generazione di telefonini dagli attacchi. Da tempo i cellulari sono considerati dagli esperti categoria a rischio. Già nel 2000 ha fatto la sua prima apparizione il Timofonica, quasi innocuo capostipite dei virus telefonici, colpendo alcuni utenti dell'operatore spagnolo Movistar. Il subdolo programma infettava prima i personal computer, per poi puntare su numeri casualmente scelti tra quelli della compagnia telefonica iberica. Il danno fu limitato all'arrivo di qualche messaggio dal testo incomprensibile. Sicuramente più fastidioso invece un altro similvirus telefonico, un sms in formato vcard, cioè biglietto da visita elettronico, che ha colpito alcuni modelli di cellulari. Se aperto, è in grado di bloccare completamente l'apparecchio. Unica soluzione: rimuovere la batteria e riaccendere. Sebbene si sia trattato solo di episodi, il vero pericolo è dietro l'angolo. A conferma dei timori, alcuni ricercatori della Symantec, i padri del Norton antivirus, hanno più volte dichiarato che i telefoni umts, gli smartphone e i computer palmari con funzioni di telefonino sono apparecchi molto vulnerabili e che potrebbero facilitare la diffusione delle infezioni attraverso i messaggi mms e le email. In buona sostanza: più avanzate sono le tecnologie, maggiori sono i rischi. E in Italia? Tutto dipenderà dalle misure che prenderanno i vari gestori di telefonia, assicurano i ricercatori, più che un programma installato sul singolo terminale.

IN LIBRERIA L'età della propaganda La scienza della persuasione non data di ieri. È un retaggio del mondo greco e, soprattutto, romano. Ma lo sviluppo dei media ha dato un impulso formidabile a tale tentativo di modificare la realtà, o perlomeno di modificarne la comprensione. Ne risulta che la persona debba attrezzarsi psicologicamente all'assalto, trovando quei m e c c a n i s m i utili a mettere nella giusta prospettiva ciò che i media versano su di noi. Il libro di Anthony R. Pratkanis e di Elliot Aronson L'età della propaganda. Usi e abusi quotidiani della persuasione (il Mulino, pp. 486, euro 23,00) offre un'ampia documentazione al riguardo, e mostra come i meccanismi mediatici non siano sempre

invincibili. Istruttivo lo studio sulle tecniche di persuasione che hanno ruotato attorno alla figura di Saddam Hussein. (m.z.) a cura di Paolo Crepaz netone@cittanuova.it