



## Camogli. Festival della Comunicazione: molti applausi per Carlo Freccero (2)

14 set 2014

Testo e foto di Consuelo Pallavicini

Il Festival della Comunicazione di Camogli non è terminato, ma molto probabilmente nel pubblico che vi ha assistito numerosissimo resterà il ricordo dell'intervento di Carlo Freccero su "Il ritornello nella comunicazione politica e nei programmi televisivi": uno dei più efficaci e interessanti.

Si parte da Eco e da un suo vecchio saggio sulla funzione del ritornello: esempio le canzoni di Sanremo, il cui successo, il punto di forza, è appunto rappresentato dal ritornello con la ridondanza, banalità e ripetitività che lo contraddistinguono. La comunicazione di oggi si basa su quello; dagli anni '80 con la tv commerciale l'audience, elemento fondamentale basato sulla quantità e non sulla qualità, si costruisce sulla ripetitività, sulla reiterazione, perché rassicuranti e creanti dipendenza. In pratica l'attenzione del pubblico si cattura con la fidelizzazione e quindi col format, col serial. Escluso, in chi scrive programmi, il soggettivismo; si deve pensare a qualcosa che il pubblico ha già, che lo rassicuri. Il pensiero del '900 esaltava la figura del diverso, della differenza, della frattura; al contrario il periodo attuale è figlio della ripetizione e dell'eterno ritornello.

"Oggi – spiega Freccero – qualsiasi appello alla coscienza e alla differenza non è accettato; vige il pensiero unico. Come animali da laboratorio diamo credibilità ai messaggi ricevuti. E' la ripetizione che vince, non la differenza. E in quest'ottica, nell'arte, Andy Warhol è il genio assoluto. I criteri quantitativi degli anni '80 costituiscono un modo di pensare che attraversa tutti i campi: tv, politica, economia".

Infine l'uso di ritornello anziché tormentone: ritornello è rassicurante, leggero, ri-torno, circolare. Tormentone è accrescitivo di tormento, di qualcosa di ripetitivo e fastidioso.



Danco Singer, Carlo Freccero



Carlo Freccero