

Etica della vita spettacolare

Progetto di ricerca 2010-2012

La questione dell'apparire, in rapporto alla realtà delle cose, è antica quanto la filosofia. Ma l'apparire è prima di tutto per un essere umano un vedere. Vedere come le cose stanno. E questo "vedere come le cose stanno" era in effetti la grande passione dei Greci antichi., ben prima che Husserl rilanciasse la sfida che poi ha dominato tutto il nostro Novecento. Aristotele nella *Metafisica* già scriveva: "Noi preferiamo la vista a tutte le altre sensazioni, non solo quando miriamo a uno scopo pratico, ma anche quando non intendiamo compiere alcuna azione. E il motivo sta nel fatto che questa sensazione, più di ogni altra, ci fa acquistare conoscenza e ci presenta con immediatezza una gran quantità di differenze". Poter vedere è dunque potersi relazionare allo spettacolo delle cose che sono in un modo che talvolta suscita meraviglia. Tommaso d'Aquino, a proposito della cosa bella dice che è ciò "cuius ipsa apprehensio placet" (cfr. *Summa theologiae, Ia IIae, q. 27, a. 1, ad tertium*). Ebbene, la combinazione del vedere e della bellezza è forse il segreto del successo dello spettacolo e anche il segreto del successo della vita spettacolare. L'intrattenimento cinematografico e quello televisivo, cui si è aggiunto il dilagare delle opportunità mediatiche offerte da Internet (basti far mente a *YouTube*), hanno fatto della vita contemporanea una vita "teatrale". Lo sappiamo tutti e ne portiamo i segni fin sul nostro corpo e soprattutto nella nostra quotidianità affaccendata. "Teatrale" però nel senso piuttosto cinetelevisivo e di Rete, tanto che il teatro viene oramai goduto per gran parte attraverso il veicolo mediatico. Ed è nel veicolo mediatico che le forme dell'essere vengono tutte a noi nelle forme astratte dell'apparire. Si fanno cioè spettacolari. Le forme sono in sé e per sé forme dell'essere; ma che accade se la loro rappresentazione, cioè la loro forma astratta, fa un "mondo", ossia diventa, per usare un linguaggio marxiano, una "astrazione reale"? Questa la domanda su cui la ricerca potrebbe muoversi, almeno agli inizi. Non siamo ancora in chiaro sulle trasformazioni che l'impatto di questo "mondo" mediatico produce sulla realtà "vera", anche se gli stessi operatori mediatici tendono a pensarci sopra. Film come *The Truman show* di P. Weir o *EDtv* di R. Howard sono alcuni degli esempi in tal senso, ma anche dei riferimenti obbligati per una riflessione filosofica. La letteratura sui media poi si sta moltiplicando a dismisura, in particolare all'interno delle scienze sociali. La ricerca filosofica, invece, stenta ancora a trovare un'impostazione e una direzione sicure che consentano di integrare (a) un'interrogazione ontologica ormai irrimandabile sul virtuale e la realtà dei media (intesa sia come realtà rappresentata e dunque evanescente, sebbene dotata di un suo essere, sia come realtà dei mezzi e degli oggetti della comunicazione, sempre più sottili, come i televisori, o miniaturizzati, come l'ipod, ma non per questo meno capaci di determinare le forme, gli spazi e i tempi del loro uso) e un'interrogazione etico-antropologica sulle abitudini e gli habitus che definiscono la vita nell'epoca della spettacolarità. Di poco successivo alle inaugurali e per molti aspetti ancora decisive analisi di Marshall McLuhan, c'è un testo su cui la ricerca filosofica dovrebbe tornare con maggiore attenzione critica: si tratta de *La società dello spettacolo* (1967, integrato nel 1988 dagli importanti Commenti) di Guy Debord, tentativo geniale di offrire un'analisi unitaria del nostro tempo e del ruolo che in esso ha l'immagine, capace di sostenere un radicale atto d'accusa lanciato contro la vita spettacolare. L'incipit stesso del volume, che allude a quello de *Il Capitale* e segnala così dove Debord ricava gli strumenti teorici che riadatta liberamente, è significativo: "Tutta la vita delle società nelle quali predominano le condizioni moderne di produzione si presenta come un'immensa accumulazione di spettacoli. Tutto ciò che era direttamente vissuto si è allontanato in una rappresentazione". L'alienazione per Debord non verrebbe più nel nostro tempo dal lavoratore-merce, ma dal lavoratore-consumatore, il quale sarebbe, per stare alla celebre battuta di Baudrillard, un lavoratore che non sa di lavorare. Da noi Pasolini negli anni sessanta avvertiva con una scrittura a tinte fosche la stessa deriva (v. *Scritti corsari*), che riteneva pure imminente. Nonostante che a questi profeti di sventura si siano opposti coloro che hanno visto, vedono e vogliono vedere nei nuovi media, in particolare quelli informatici, la promessa di una nuova interattività, partecipazione e comunicazione riuscita, è difficile oggi dar loro torto. I media sono diventati quasi una "forma dominante del mondo della vita" (come i rapporti di produzione capitalistica). Con quelle visioni che sono state descritte come "apocalittiche" bisogna dunque fare i conti in profondità. Il condizionamento che la realtà sociale e culturale riceve dai mass media nuovi e meno nuovi, condizionamento per cui si è parlato presto di "rivoluzione" rischiando così di occultare i forti elementi di continuità che pure esistono, sia a livello

dell'organizzazione economica, sia anche a livello delle immagini simboliche (la "tradizione del nuovo" che è uno dei fattori d'inquadramento simbolico della produzione spettacolare è ben più antica della società spettacolare), questo condizionamento e la società da esso condizionata interrogano la filosofia innanzi tutto per questo: nessi che sembravano valere incondizionatamente (ad esempio quello tra sessualità e pudore o quello tra spergiuro e disonore) sono spezzati, quelle che sembravano realtà unitarie appaiono congiunzioni di elementi unitari più semplici; tutto ciò richiede nuove categorie, ma anche che non si ceda a questo falso assunto: "che ciò che è stato separato poteva essere separato e meritava di esserlo", infatti, è ben possibile che talvolta quel che è stato separato sia stato separato violentemente e dunque che, così isolato, sia destinato a morire, sebbene magari non subito, ma nel giro di qualche tempo. Non ogni negazione di un nesso che era preso per necessario è capace di svelarlo contingente, giacché vi è anche la negazione che non riesce a tenere in vita gli elementi isolati e nel loro avvizzire rivela di non essere liberante, ma violenta. La società spettacolare interroga dunque in maniera essenziale sia l'ontologia, sia l'etica.

Domande di qualche peso sono: la natura del "virtuale" come interagisce con la realtà: la orienta o la deforma, la occulta o la rivela? E che accade soprattutto nella vita dei singoli e nelle relazioni intersoggettive? Che ne viene nei legami? Come le forme del desiderio umano alla realtà virtuale si rapportano? Quali nuove opportunità sono offerte, ma anche quali nuove patologie insorgono? Può un essere umano vivere e nel contempo vedersi vivere senza cadere nella confusività intenzionale? Che ne è della facilità con cui bene e male sono sotto gli occhi di tutti, senza i diaframmi cui eravamo abituati, a seconda dell'età e dell'esperienza di vita? E non è sparito il differire, in qualche modo inevitabile, della "scena nascosta" dalla "scena manifesta"? La ricerca della "visibilità" non è forse una forma dell'agire umano e dunque non implica il giudizio etico? E fin dove la scena politica può essere trasformata dai mass media? Essi offrono un'opportunità alla democrazia o piuttosto la mettono in grave pericolo? A quali condizioni e come sarebbe possibile, se è possibile, trovare nei nuovi media delle risorse per una vita migliore e più giusta, al di là della spettacolarità?