

## Paradigmi comunicativi contemporanei: rivoluzione e tradizione

Fabrizio Denunzio (Università di Salerno)

La Scuola di Francoforte ha sempre rappresentato, almeno per chi scrive, una sorta di potentissimo arsenale concettuale, alla stregua di quelli che gli operai erano costretti ad assaltare per rifornirsi di armi con cui combattere gli stessi padroni dell'armeria che risultavano essere ai loro occhi e senza troppe mediazioni, gli stessi che comandavano nei luoghi di lavoro. Quindi, la Scuola di Francoforte come arsenale padronale in cui andare a 'rubare' idee per puntarle contro la stessa 'istituzione' che le ha create.

La teoria dei media, nella sua variante culturologica, nasce proprio in questo modo: cosa faceva Edgar Morin se non ribaltare dialetticamente in positivo il francofortiano sintagma negativo dell'industria culturale? E bene faceva, seppur sbagliando, Giuseppe Gugliemi ad intitolare la sua traduzione de *L'esprit du temps* con *L'industria culturale* perché evidenziava il movimento dialettico operato da Morin di espropriazione e riappropriazione di uno dei concetti chiave della Scuola di Francoforte, quello con cui Max Horkheimer e Theodor W. Adorno in *Dialettica dell'illuminismo* avevano decretato la centralità, per loro negativa, dei media nelle moderne società capitalistiche. Il tempo del conflitto con i francofortiani, però, sembra essere finito, e non perché quella battaglia culturale sia stata vinta dall'esterno, ma a causa di un 'deterioramento interiore'.

Ad aver liquidato definitivamente il confronto polemico con la Scuola di Francoforte ci ha pensato l'attuale direttore dell'Istituto per la ricerca sociale, il sociologo Axel Honneth, spedendo in soffitta non tanto le obiezioni teoriche degli avversari della Scuola, ma le stesse ragioni epistemologiche dei suoi fondatori. A partire dal volume *Kritik der Macht* – pubblicato nel 1986 da Suhrkamp e tradotto in italiano nel 2002 da Maria Teresa Sciacca per le Edizioni Dedalo con il titolo *Critica del potere* – Honneth si è fatto artefice di una vera e propria rivoluzione. Attraverso un'attenta disamina dei testi degli anni '30 di Horkheimer, della *Dialettica dell'illuminismo* e della tarda produzione di Adorno, il sociologo ha decretato la sostanziale incapacità della Teoria critica di essere sociologica in senso stretto poiché, priva di una teoria dell'agire o di una teoria delle istituzioni, rimane troppo schiacciata su posizioni estetiche e di filosofia della storia e della natura.

Le argomentazioni teoriche con cui Honneth liquida l'eredità dei 'vecchi' francofortiani si possono sintetizzare in quattro punti principali: 1) la critica mossa da Horkheimer e Adorno ad ogni forma scientifica di pensiero li porta a considerare la scienza in generale come un elemento fondamentale dei processi di reificazione che hanno investito la civiltà occidentale, in questo modo, però, con la scientificità vengono messe al bando anche quelle forme del sapere sociologico come il positivismo e la teoria dei sistemi; 2) venendo meno la possibilità di verificare empiricamente con metodologia scientifica ogni tipo di ricerca, quindi risolvendo per intero la sociologia nella filosofia, la teoria critica di Horkheimer e Adorno perde l'occasione di 'misurare' l'effettiva partecipazione dei diversi gruppi sociali alle dinamiche integrative della società; 3) senza porsi la domanda sull'integrazione, e di conseguenza sul conflitto, la Scuola di Francoforte ha evitato di confrontarsi con uno dei fondamenti della teoria sociale; 4) infine, il modo in cui la teoria critica pensa la società nel tardo capitalismo, si basa su meccanismi di riproduzione da cui l'azione dei singoli è completamente esclusa.

Questa di Honneth, allora, sembra una vera e propria rivoluzione, di cui gli avversari della Scuola di Francoforte dovrebbero rallegrarsi. In realtà, da un punto di vista della teoria della comunicazione fa intristire, rappresenta una sorta di 'colpo di stato' teso a ristabilire le forme tradizionali della comunicazione. La recente raccolta di saggi honnethiani curata da Marco Solinas dal titolo *Capitalismo e riconoscimento* – uscita per la Firenze University Press nel 2010 – permette non solo di attraversare sinteticamente il senso complessivo della produzione di Honneth, ma di valutarla agevolmente da una prospettiva comunicativa, così da determinarne le differenze con quella 'classica' di Horkheimer e Adorno.

In uno dei saggi più riusciti della raccolta, *Autorealizzazione organizzata*, in cui affronta il problema della crescita dei processi di individualizzazione realizzatisi negli ultimi decenni, Honneth riconosce il ruolo determinante "giocato dai media elettronici". Questo il motivo: "In taluni casi i confini tra realtà e finzione possono scomparire, sì che può emergere la tendenza inconscia a ricercare il proprio sé precisamente entro quelle dimensioni in cui si muovono gli idoli televisivi o cinematografici. Nel complesso qui si può forse parlare di una tendenza a seguire dei modelli identitari standardizzati al fine di scoprire, in modo tuttavia sperimentale, il nucleo della propria personalità".

Questo livello d'analisi rimarrebbe decisivo se solo Honneth non aggiungesse poche righe dopo il seguente giudizio: "Certamente ben più importanti degli effetti mediatici, la cui portata sociale resta comunque discutibile, sono senza dubbio le ristrutturazioni che nel corso degli anni Ottanta hanno interessato i settori della produzione e dei servizi". Come se produzione industriale e comunicazione fossero divisi e non, come a più riprese ha dimostrato Paolo Virno, al contrario, vivessero una a ridosso dell'altra al punto che la comunicazione in epoca post-fordista, quindi in pieni anni Ottanta, è diventata fattore propulsivo della produzione capitalistica. Per Honneth, quindi, a differenza di quanto avveniva con Horkheimer e Adorno, gli effetti dei media sono secondari rispetto alle trasformazioni strutturali della società. Perché la comunicazione a distanza non è capace di produrre cambiamento? Forse perché, come avveniva in *Critica del potere*, Honneth continua a fare affidamento sulla lettura dei media offerta dai *cultural studies* cioè sulla capacità che i gruppi hanno di resistere ai messaggi manipolativi dell'industria culturale in forza dell'"interpretazione cooperativa"?

La risposta è sempre tra le righe di *Capitalismo e riconoscimento*. In più di un saggio della raccolta – *Riconoscimento e riproduzione sociale* e *Lavoro e riconoscimento* – invece di Raymond Williams, ricorre il nome di Hegel, segno evidente del rimando che Honneth stabilisce con i suoi lavori precedenti fatti sul filosofo, in particolare, con l'impegnativa monografia del 2001 *Leiden am Unbestimmtheit* – tradotta nel 2003 per il manifestolibri da Antonio Carnevale con il titolo *Il dolore dell'indeterminato*. Si tratta di un tentativo di riattualizzazione della filosofia politica di Hegel a partire dai *Lineamenti della filosofia del diritto*. È qui che Honneth, normalizzando la radicalità di Hegel, identifica nella forma dell'amicizia, nella sua generalizzazione, la "struttura comunicativa dell'esser presso di sé nell'altro". Questo intimismo può avere come correlato tra le forme della comunicazione solo quella viso-a-viso tra amici che parlano in presenza. Da un Hegel 'sereno' – di cui finanche benpensanti educande cattoliche diffiderebbero – a una società in cui gli effetti dei media sono discutibili, il passo è breve. La rivoluzione di Honneth è un ristabilimento della tradizione. Se ci sono rivoluzioni che restaurano, allora, bisogna sperare in tradizioni che rivoluzionino.

È necessario integrare la lettura di *Capitalismo e riconoscimento* con un testo che gli faccia da controcanto. Se Honneth si affida ad un'attualizzazione di un Hegel 'pacificato' con l'esistente per elaborare una teoria consolatoria della comunicazione (amicizia e presenza), ebbene, bisogna cercare una riflessione che, restituendo Hegel allo stato 'selvaggio' della lotta per il riconoscimento, per intenderci quella tra il Signore e il Servo della *Fenomenologia dello spirito*,

arrivi ad una teoria della comunicazione capace di restituire tutta la complessità emotiva ed epistemologica dei processi comunicativi.

Soddisfa quest'esigenza il libro di Fausto De Petra, *Comunità, comunicazione, comune. Da Georges Bataille a Jean-Luc Nancy*, uscito nel 2010 per DeriveApprodi. Va letto con particolare attenzione il terzo capitolo, *Teoria della comunicazione*. In questa sede l'autore compie un lavoro molto interessante: sistematizza quella teoria della comunicazione a cui Bataille è andato dietro a partire dagli anni Quaranta del secolo passato. Dell'articolata ricerca compiuta dall'autore, ai fini del discorso che qui si sta facendo, si deve sottolineare un unico aspetto: il rapporto di Bataille con Hegel. L'assunto di base su cui poggia la teoria della comunicazione di Bataille è che si comunica solo laddove i soggetti mettono in gioco il proprio essere. C'è comunicazione solamente quando c'è lacerazione. Dice De Petra: "Si tratta di una concezione non troppo dissimile da quella condizione di *dilacerazione* descritta da Hegel nella *Fenomenologia dello spirito*". Va da sé che, una volta ripreso l'Hegel 'selvaggio' della dialettica Signore-Servo, la teoria della comunicazione che ne deriva non può che rimandare a quelle situazioni comunicative che eccedono i limiti del linguaggio – e puntualmente De Petra ci mostra quanto per Bataille la comunicazione non si riduca alla parola – e arrivano ad implicare forme 'eccessive' come il riso, l'erotismo, la festa e il gioco in cui il senso stesso della 'comunità', dello stare assieme dei soggetti che comunicano è messo in gioco. De Petra conclude il suo capitolo con un inatteso e prezioso richiamo alla morale 'comunicativa' batailleana: solo una comunicazione 'eccessiva' fondata sui 'valori' del riso, della festa, dell'erotismo si pone oltre le morali liberiste dell'utile.

Questa osservazione permette di coinvolgere un terzo libro, perfettamente in linea con quello di De Petra. Si tratta de *La comunione dei forti* di Roger Caillois – con Bataille, uno dei grandi protagonisti del Collegio di Sociologia – uscito nel 2007 per Bollati Boringhieri, ma praticamente ignorato. Uno dei saggi del libro, *I tesori segreti*, consente di prolungare l'argomento morale indicato da De Petra. I tesori segreti sono quelli a cui l'immaginazione dei bambini conferisce un inestimabile valore, valore che altrimenti quegli oggetti non avrebbero e che, proprio in forza di questo "ordine magico" di ragioni, si pongono al di fuori dell'economia di scambio, vanno ben oltre l'utile.

Caillois, oltre tale dimensione negativa dei tesori segreti, ne coglie una anche oppositiva agita dai bambini: "grazie ad essi sfuggono allo stato di dipendenza in cui li tengono gli adulti". A ben vedere, in un'unità comunicativa molto tradizionale come quella del gioco, si annida il gesto rivoluzionario della conquista dell'autonomia. Se una delle poste in gioco della nostra attualità è rappresentata dal significato politico da assegnare alla teoria della comunicazione, ebbene, i fronti epistemici – dai residui della Scuola di Francoforte alle propaggini estreme del Collegio di Sociologia – sono schierati e, come al solito, si tratta di scegliere tra rivoluzione e tradizione. A ognuno le sue scelte e le sue battaglie. A ciascuno le sue amicizie o i suoi tesori segreti.

## Bibliografia

Honneth, A. (2010). *Capitalismo e riconoscimento*, a cura di Marco Solinas. Firenze: University Press.

De Petra, F. (2010). *Comunità, comunicazione, comune. Da Georges Bataille a Jean-Luc Nancy*. Roma: DeriveApprodi.

Caillois, R. (2007). *La comunione dei forti*. Torino: Bollati Boringhieri.