DOPPIOZERO

Apocalittico sarà lei. Intervista a Umberto Eco

Daniela Panosetti

14 Ottobre 2014

Assenza di confronto critico, appiattimento sul presente, mancanza di adeguati filtri all'eccesso informativo. I punti critici del web e in generale dell'attuale temperie culturale secondo Umberto Eco. "Apocalittico" sì, ma solo a metà. Un cura infatti c'è: passare dall'indiscriminata presa di parola a una consapevole "presa" di memoria.

Una semplice etichetta, persino un po' furba, nata dall'esigenza di trovare una sintesi fulminante a una manciata di saggi su argomenti assai diversi – dai Penauts alla musica di consumo, dal kitsch al linguaggio televisivo – ma tutti in qualche modo dedicati a dare un'inedita dignità di studio all'ormai affermata cultura di massa.

A sentire l'autore, che ne ha raccontato più volte la genesi, la felicissima (e cordialmente odiata) formula "Apocalittici e integrati" è frutto di un puro caso. E dell'intuito infallibile di Valentino Bompiani. Era il 1964 e iniziavano a comparire le prime cattedre consacrate alla comunicazione di massa. Il libro era un collage di studi precedenti, messo insieme *ad hoc* per uno dei primi concorsi banditi sul tema, ma mancava un titolo: fu Bompiani a trovare l'idea, pescandola ad arte dall'ultimo capitolo. E costringendo il giovane studioso a scrivere quaranta pagine extra per giustificarlo.

Una trovata fortuita, insomma. Ma questo non ha impedito al modello che ne è scaturito di conquistare una sua obiettiva incidenza, e alla formula, soprattutto, di diventare proverbiale, ricomparendo puntuale a ogni nuova, più o meno presunta, rivoluzione mediale. Così è stato anche per il web, e così anche per la sua ultima incarnazione "social", che ha sollevato le solite schiere di catastrofisti ed entusiasti.

Mantenendosi avvedutamente a distanza da entrambi, in questo andare di corsi e ricorsi, Umberto Eco continua a osservare la cultura dal punto di vista interno di chi sa, per semiotica deformazione, che tutto ha un significato e che basta provare a bloccarlo per vederselo scappare e slittare verso nuovi lidi. Così, ad esempio, se cinquant'anni fa fare la teoria della comunicazione di massa era “come fare la teoria di giovedì prossimo”, oggi fare una teoria della comunicazione digitale è come fare la teoria delle prossime due ore. Consapevole di questa *impasse*, ma non per questo refrattario ad affrontarla, Eco non si sottrae alla discussione e riflette sui molti snodi del rapporto odierno tra comunicazione e cultura: dalla crisi della memoria al successo del libro elettronico. E nel farlo, conserva intatta la consueta ironia, ma anche la voglia – tipica di una certa funzione intellettuale in via di estinzione – di provare, comunque, a suggerire un'interpretazione, una visione più comprensiva. In poche parole, a resistere alla “dittatura del presente”, per fare un passo oltre a indicare non tanto la via futura – presunzione che volentieri lasciamo ai profeti – ma il percorso già fatto, ché è da lì, ci ricorda, che si genera la vera cultura.

Tullio Pericoli, Umberto Eco*Umberto Eco in un disegno di Tullio Pericoli*

“Apocalittici e integrati” compie cinquant’anni. Nel frattempo c’è stata la rivoluzione del web, che, neanche a dirlo, ha prodotto l’ennesima declinazione di questa dicotomia. La seconda fase dell'era digitale tuttavia, con la sua intrinseca socialità, sembra favorire atteggiamenti più “integrati”. C'è tutto un pantheon di metafore e parole chiave – apertura, collaborazione, condivisione – che sono connotativamente percepite come in “buone in sé”, costitutivamente salvifiche. Penso in particolare alla metafora della condivisione, che è quella più potente e che ormai è arrivata a toccare anche l'economia. Un fenomeno interessante, ma anche pericoloso, perché rischia di depotenziare la già debole capacità critica dell'attuale consumo mediale. Cosa ne pensa?

La funzione di ogni cultura è quella di produrre una crescita collettiva. Tale crescita però, pur nella piena libertà di espressione (altrimenti si parla di dittatura, non di vera cultura), si articola sempre come una critica continua della presa di parola altrui.

È il modello ideale del dialogo socratico: uno si alza e dice la sua, poi l'altro, che sia il maestro o l'amico o chiunque altro, si alza e a sua volta manifesta il suo dissenso, e così via. Questo, beninteso, vale per la società come per gli individui: anche la cultura personale ha bisogno di critica. Ai giovani scrittori, ad esempio, sconsiglio sempre di sperare in una prima pubblicazione arrivata dal nulla: bisogna prima mettersi alla prova, farsi conoscere, intervenire nel dibattito locale, ascoltare le opinioni, cambiare pian piano il proprio modo di vedere, pensare e scrivere, finché un bel giorno sarà l'editore stesso a chiederti di pubblicare un libro.

La cultura, insomma, è un'alternanza continua tra la libera presa di parola e la critica di questa presa di parola. Quello che sta accadendo col web, invece, è che si sta idolatrando l'ideale della assoluta presa di parola, senza alcun controllo da parte degli altri. Volendo essere cattivo – o apocalittico – potrei dire che è il trionfo della “parola al cretino”. Ma questa non è cultura. O meglio: il cretino può anche parlare e persino insegnare all'università, purché permanga la possibilità per gli altri di controbattere, contestare, porre modelli alternativi.

Con queste forme di pseudo-partecipazione, invece, chiunque esprime quello che gli salta per la testa, talora anche indulgendo in toni e contenuti offensivi. Rischia di venire a cadere, così, il presupposto fondamentale della democrazia, ovvero l'assunzione che non tutto quello che si dice va bene. Chi teorizza il contrario, propugnando la pura presa di parola come unica forma di espressione, ha di fatto rinunciato alla democrazia – e dunque alla cultura democratica – come critica delle opinioni.

Uno dei più forti argomenti degli apocalittici del web riguarda i nativi digitali, in particolare la presunta mutazione antropologica che comporterebbe il fatto di nascere in questo contesto mediale. Personalmente quello che mi colpisce non è tanto la precoce capacità dei bambini di apprendere la grammatica (anche gestuale) dei media digitali, quanto le conseguenze cognitive di questa enorme e immediata disponibilità di contenuti, in particolare gli effetti sulla memoria individuale: un tema che lei stesso ha affrontato recentemente, con una “lettera aperta” a suo nipote.

Il problema è che assistiamo a un'enorme crisi della memoria collettiva. Basti pensare ai quattro giovanotti che qualche tempo fa, durante un quiz televisivo,

interrogati su un episodio della vita di Mussolini, non sapevano in alcun modo in quale epoca collocarlo. Nessuno ricordava più che era morto nel 1945! Ora, non è che le generazioni precedenti sapessero la data esatta della morte di Napoleone, ma certo sapevano grosso modo collocarla rispetto alla spedizione di Garibaldi o all'inizio della seconda guerra mondiale.

La memoria collettiva, però, entra in crisi perché entra in crisi anche il gusto della memoria individuale. Chi non sa quando è morto Mussolini probabilmente non è interessato a ricordare neppure quello che ha fatto l'estate scorsa. Né a maggior ragione gli importa sapere quello che è accaduto ai suoi genitori o ai nonni.

Quando ero bambino ho saputo molte cose interessantissime sulla prima guerra mondiale solo ascoltando i racconti di mia madre: la mia memoria personale si è confrontata con brandelli di memoria altrui e mi ha permesso di ricostruire un piano di ricordo condiviso, di cui fanno parte tanto le canzoni che cantava mia madre quanto la data dell'attentato di Sarajevo.

Il ragazzo che vive davanti allo schermo del computer e non ascolta più la madre cantare soffre al tempo stesso di una perdita di memoria individuale e collettiva. Di qui la provocazione nella lettera a mio nipote: manda a memoria la Vispa Teresa, non perché sia importante conoscerne il contenuto, ma perché ti serve ad allenare la memoria. E a non dimenticarne l'importanza.

Quanto ha a che fare questo con l'esasperata simultaneità in cui siamo immersi?

Probabilmente molto: rischia di nascere una generazione interessata a conoscere solo il presente. Qualche tempo fa un amico mi ha detto, un po' provocatoriamente, che rileggendo il mio romanzo “Il pendolo di Foucault” si era ritrovato stupefatto di fronte alla descrizione di un telefono a gettoni. Aveva dimenticato che un tempo per telefonare fuori casa esistevano le cabine! Ecco, questo è un buon esempio di appiattimento culturale sul presente. Non è che il mio amico avesse dimenticato in senso assoluto, ma aveva come disattivato quel particolare ricordo, perché incompatibile con un presente al quale tendiamo ad aderire in modo eccessivo.

E se per alcuni questo porta all'oblio del passato, per altri – per i più giovani – porta all'assenza di interesse per ciò che è stato. Non so quanti giovani oggi saprebbero dire quando sono arrivati i cellulari, ma sono pronto a scommettere

che molti si troverebbero in grande difficoltà anche solo a figurarsi un'epoca in cui simili aggeggi non esistevano.

È indubbio, però, che per coloro che conservano curiosità e propensione a coltivare la memoria la rete rappresenta un giacimento di materiale enorme. Penso ad esempio all'ossessione nostalgica per il vintage, alla ricerca di un passato in forma "ri-mediata", ovvero rielaborata e catalizzata a partire dalla fruizione dei prodotti mediali delle varie epoche: una sorta di memoria di seconda mano, fatta di esperienze, di fatto, mai vissute. Un po' come quando, a furia di sentirne parlare, si arriva a conoscere il contenuto di un libro che in realtà non si è mai letto.

Certamente si può usare Internet per coltivare la memoria collettiva in questo senso, laddove ve ne sia interesse. Il punto è – di nuovo – mantenere la capacità critica, che è innanzitutto capacità di discernimento, separazione.

Pensiamoci: in ogni cultura c'è sempre stata un'*élite*, che aveva accesso ai magazzini della memoria e dunque al sapere, e una massa più o meno ampia, che ne era esclusa. Oggi accade che abbiamo di nuovo un'*élite,* che usa criticamente gli strumenti informatici e coltiva consapevolmente la memoria e il sapere, e una massa che non lo fa non perché gli è stato precluso l'accesso al sapere, ma perché gliene è stato dato troppo, e non organizzato. Sarà quindi ancora massa soggetta, ma per eccesso di democrazia.

A proposito di democrazia e cultura: molte nuove teorie economiche invitano a considerare valori immateriali come la felicità e il benessere morale come parametri di ricchezza a tutti gli effetti. Non crede che questo possa aggiungere nuovo valore al prodotto culturale o perlomeno fornire un argomento in più nel dibattito sulla valorizzazione economica della cultura, ancora bloccato tra i veti incrociati di chi ritiene che "con la cultura non si mangia" e chi invece vuole che rimanga attività celibe, fine a se stessa?

Certamente incorporare nel PIL i consumi culturali, ma anche il livello di educazione dei cittadini, è un modo per reagire a quell'assenza di senso critico individuale su cui si fonda, in ultima analisi, la crisi generale della società. Parlare di felicità, però, è fuorviante, perché rinforza uno dei presupposti dell'attuale declino, ovvero l'idea che tutto – dalla pubblicità allo spettacolo fino alla politica – debba proporsi, appunto, come una vendita o un dono di felicità.

La grande tragedia del mondo moderno è iniziata con la Dichiarazione di indipendenza americana, che è la prima ad aver incluso tra i diritti fondamentali dell'individuo quello della “ricerca della felicità”. Grossa ingenuità di sapore massonico. La felicità è uno dei concetti più vaghi che ci siano – per uno è avere molto denaro, per l'altro trovare l'amore e così via – e l'idea che il potere debba garantire qualcosa di così vago è tremendamente fuorviante, perché basta moltiplicare l'offerta, allargarla a tutto ciò che può fornire soddisfazione a qualcuno: ecco la crema che ti renderà più bello, l'auto che ti renderà più invidiato, il lavoro che ti renderà più ricco.

I costituenti americani avrebbero dovuto scrivere, invece, che il dovere di un governo è di ridurre al minimo l'infelicità. Perché l'infelicità è innegabile ed è la stessa per tutti: è il dolore nelle viscere, il tradimento di un amico, la morte di una persona cara. È la follia di Medea che ammazza i figli per vendicarsi dell'abbandono dell'amato. Un governo che si proponga di evitare tutto questo saprebbe perfettamente cosa fare: assicurare l'assistenza medica, impedire che il bambino problematico si senta tagliato fuori, diminuire gli incidenti automobilistici e così via.

Ecco: si sa benissimo come ridurre l'infelicità, ma non si sa affatto come produrre felicità. Basare tutto sull'offerta di felicità, quindi, è un estremo inganno, perché ci blocca nell'eterno presente, nella soddisfazione del momento, nel tepore egoistico della coperta di Linus, qualcosa che può dare felicità a me e solo a me, oggi e probabilmente solo per oggi.

Così anche per la comunicazione: meglio mostrare l'infelicità che promettere felicità. Chi fosse capace oggi di farmi toccare per mano una serie di infelicità che esistono farebbe un lavoro culturale. Chi invece mi promette per pochi euro una felicità estemporanea non fa che continuare ad appiattirmi sul presente come un rospo schiacciato sull'autostrada.

L'eterna promessa di felicità è anche il preludio di un'eterna gara per ottenerla. Forse non è un caso se tra talent show e self publishing sembra ormai che non ci sia talento artistico o culturale che non debba essere sottoposto a competizione. Cosa pensa di questa montante declinazione agonistica della cultura?

Che ci sono gradi. Si va dalla parata dei vanagloriosi, di chi è interessato solo a poter essere riconosciuto nel bar sotto casa, a chi invece è mosso da un genuino desiderio di espressione personale, e dunque risparmia, fa magari sacrifici e

pubblica da sé il proprio libro. Certo, leggere due pagine dattiloscritte davanti a tre giudici, che le valutano uno meravigliose, l'altro indecenti, non significa sottoporsi a giudizio, né tantomeno invitare l'altro a esercitarlo, ma solo spacciare un agonismo di apparenza per una inesistenza critica e alimentare quella perpetua presa di parola che, lo ripeto, finisce con l'esautorare ogni reale consistenza culturale.

Eppure una domanda di cultura esiste, altrimenti il marketing non si disturberebbe a creare determinati format. I festival culturali, ad esempio, paiono riuscire a coprire almeno una parte di questo bisogno.

Assolutamente sì. In questa situazione tremenda il successo dei festival, dove la gente paga per andare a sentire conferenze su Platone, è l'indizio che esiste una parte di pubblico, fosse anche una minima percentuale, che percepisce un profondo disagio e reagisce, cercando spazi per soddisfare il proprio bisogno di cultura e di confronto. La televisione non sa più farlo, ma neppure l'editoria, che confonde sul bancone il libro di cucina, quello di barzellette e l'Iliade, così si cercano dei supplenti.

Per chiudere: tempo fa sosteneva che l'ebook poteva andar bene per i libri da consultare, ma non per il libri da leggere per piacere. Non è che ha cambiato idea?

Non ho cambiato idea, ma ritengo che se mi tagliano una gamba, è giusto che usi una protesi. Perciò se devo partire per un lungo viaggio e non posso infilare in valigia dieci libri, ben venga la possibilità di caricarli tutti, e anche di più, sul mio iPad. Non appena torno a casa però riprendo subito in mano il libro di carta. Perché sul libro posso fare le orecchiette, posso sottolineare, posso sfogliarlo anni dopo e ritrovare le tracce di una precedente lettura. Posso uscire dall'eterno presente. E non è poco.

Articolo tratto da ICS Magzine 10 – Comunicazione culturale

Leggi anche

Marco Belpoliti, *Umberto Eco. Come ho scritto i miei libri*

Marco Belpoliti. *Intervista video a Umberto Eco*

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

