DOPPIOZERO

Eco e gli imbecilli

Francesco Mangiapane 26 Giugno 2015

L’occasione era solenne: la quarantesima laurea honoris causa, giusto in Comunicazione e cultura dei media, parte della grande famiglia di Scienze della Comunicazione, il corso di studi che lui stesso, a suo tempo, aveva contribuito a istituire. Lo scenario, se si vuole, è ancora più emblematico: l’Università di Torino che, ben 61 anni orsono, lo aveva fatto dottore, segnando l’esordio della sua fortunata carriera. Mille volte, del resto, il nostro era intervenuto sull’argomento (si veda di recente questa recente intervista a cura di Daniela Panosetti, *Apocalittico sarà lei*) ora paragonando gli utenti di Internet all’antieroe borgesiano Funes el memorioso, ora facendosi alfiere dello studio a memoria contro l’eterno presente a cui Internet sembrerebbe condannare i suoi utenti a maggior ragione se giovani studenti nativi digitali.

«I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Venivano subito messi a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel. È l’invasione degli imbecilli».

Questa frase pronunciata durante la conferenza stampa a margine della cerimonia viene ripresa da tutti i giornali, scatenando un putiferio. E tutto va secondo il copione imbastito ormai ben 50 anni fa. Apocalittici e Integrati si dividono e cominciano a occuparsi, proprio sui social network, della questione, ora dandogli ragione (“è vero che Internet e suoi utenti sono imbecilli: la pagina facebook di Dipré sta a dimostrarlo”) ora protestando rabbiosamente. Da più parti, si leva, contro Eco, l’accusa (paradossale?) di assumere il medesimo atteggiamento elitario ed apocalittico degli intellettuali da lui allora criticati, che, negli anni 60 rifiutavano di prendere in considerazione la cultura di massa. E si capisce che essendo l’accusa così generale e le piattaforme di discussione così

praticate, ognuno si sia sentito chiamato in causa da questo insulto, intervenendo con il proprio contributo. Qualche ora dopo, sui giornali online grandi e piccoli, sono arrivati gli opinionisti, divisi anche loro, manco a dirlo, fra sostenitori delle nuove tecnologie e del loro influsso positivo e i soliti professorini votati a indicare la stupidità del popolo nel medesimo luogo così fortemente indiziato di esserne il vero colpevole. Alcuni hanno notato l'effetto comico di questo gigantesco baraccone, durato, come sempre su Internet, il tempo di una tempesta in una tazza di tè.

La faccenda merita uno sguardo meno frettoloso. C'è infatti un altro punto di vista da cui si può guardare alle questioni sollevate da Eco. Fra gli innumerevoli commenti che mi sono passati sotto gli occhi, di titolati giornalisti o di opinionisti del venerdì, di colleghi e allievi del maestro e di appassionati di tecnologia, nessuno, dico nessuno, si è preoccupato di tenere in considerazione il fatto che Umberto Eco abbia speso gran parte della sua vita lavorando proprio sulla questione di cosa debba o non debba essere considerato come stupido. Nessuno si è premurato, insomma, di andare a ricercare il senso di quanto dichiarato dal maestro nella sua pregressa attività di saggista e scrittore.

Nel suo volume dedicato alla *Stupidità* (Bompiani 2012), Gianfranco Marrone dedica un capitolo proprio alla teoria della stupidità che si può ricostruire dalla sterminata produzione saggistica e letteraria di Umberto Eco. A tale proposito, per esempio, Marrone nota come nel *Pendolo di Foucault* venga raccontata una storia di resistenza alla stupidità. E, guarda caso, in prima linea in questa lotta ritroviamo una casa editrice. L'ossessione di Jacopo Belbo, redattore editoriale, è smascherare complotti e difendere così la posizione della *ragione* contro l'aggressione della *stupidità*, dalla sua posizione di frontiera. Le redazioni, nell'impalcatura della modernità, vengono chiamate a incarnare un ruolo ideologico di primaria importanza: discernere il vero dal falso. Votato a questo fine, Belbo non fa altro che fare e disfare tipologie. La sua missione è inchiodare la bestia nera del pensiero aberrante, usando come arma l'ordine della logica che egli sbandiera tanto eroicamente quanto donchisciottescamente contro il nemico, opponendogli il rifiuto di pubblicazione. La sua casa editrice, come, del resto, ogni casa editrice degna di questo nome, non può che scegliere di calarsi fino in fondo nel ruolo che è chiamata a interpretare: stare dalla parte del pensiero razionale, pubblicando soltanto opere che non cedano al delirio del complotto.

Ma di cosa è fatto questo delirio? Che cos'è la stupidità che così aspramente vuole combattere Belbo? Stupido è il pensiero antirazionale e antiscientifico, è il *simbolico*, l'*analogico*, è il pensiero che vede segni ovunque e che, cedendo alla tentazione (al piacere?) di sovrainterpretare, conduce verso l'errore. Tutta la vita di Eco è stata consacrata a dimostrare che di fronte all'*information overload* dei nostri anni è necessario continuare la missione di Cartesio e quella di Galileo.

Un atteggiamento di questo genere, mette, quindi, Eco in una posizione specifica che è quella della devozione alla logica e alla ragione. Lo mette in una posizione di avamposto di un mondo moderno che, con tutti i limiti delle circostanze, si ispirava ai medesimi principi, agendo per marginalizzare il pensiero analogico dalle istituzioni. La casa editrice di Belbo ne rappresenta il braccio armato, agendo per fare pulizia e bloccare ogni stupidità, impedendole di diventare discorso istituzionale. Prendiamo l'astrologia. Nei quotidiani, è, di regola, relegata all'ultimo trafiletto, proprio perché figlia di un'intollerabile alterità ontologica. Soltanto la sensibilità di Roland Barthes, come abbiamo potuto leggere recentemente su doppiozero (Astrologia: stelle e carattere), poteva avvertire la violenza (anche da lui ritenuta male necessario) e, d'altra parte, i rischi insiti nell'operazione di negare cittadinanza al pensiero analogico nel discorso istituzionale: «Tutti sanno che l'astrologia commerciale rientra in ciò che Marx, a proposito di tutt'altra immaginazione collettiva, aveva chiamato "oppio dei popoli": in effetti essa consente ad ampi strati del pubblico di sognare, di immaginare e, alla fin fine, di vivere meglio, anche se nella menzogna, le dure realtà della nostra società. Detto ciò, non bisogna dimenticare – anche mentre si procede a demistificare l'astrologia (cosa assolutamente necessaria) – che essa è, in maniera ambivalente, un grande veicolo di utopia, un grande veicolo di simbolicità; e sappiamo che se l'uomo venisse privato della sua sfera simbolica morirebbe, proprio al modo in cui altri muoiono di fame». Che cosa è la modernità se non un gigantesco tentativo di privare, in nome del progresso, l'uomo della sua sfera simbolica, rischiando di farlo morire di "fame di simboli" in nome del vero e del falso e del sillogismo? Cosa è se non un gigantesco tentativo di bandire la stupidità dal discorso sociale, chiamando farneticazione la tradizione e il simbolico?

Con Internet questo blocco istituzionale salta. Saltano le redazioni, perdono potere, non dettano più l'agenda, proprio perché ognuno diventa medium potenziale della rete, con la conseguenza di restituire cittadinanza alle forme di pensiero forzatamente marginalizzate (mai debellate) dalla modernità. E allora complotti, oroscopi, parabole, premonizioni, destini, presagi ritornano in scena facendo una strana concorrenza al discorso della razionalità. I social media hanno trasformato le nostre democrazie proprio in questo senso, costituendo un agone iperdemocratico, *e forse perciò stupido*, in cui la concorrenza fra le argomentazioni non è soltanto dentro l'ontologia naturalista ma si allarga a comprendere altre forme di pensiero. Gli antropologi potrebbero efficacemente tracciare i contorni di questa trasformazione, riconoscendo nelle quotidiane interazioni internettiane il *totemismo* di chi idolatra i gattini fotografandoli ossessivamente, oppure anche il pensiero *analogico* dell'astrologia (che diventa la rubrica più letta di Internazionale, prendendosi gioco della sua mission razionalista!), e perfino l'*animismo* dei vegetariani, attivissimi sui social, che davvero non riescono ad accettare di ridurre a cose da mangiare gli animali che provano sentimenti e passioni proprio come noi. Possiamo far riferimento a Philippe Descola, pensando questo agone come intrinsecamente complesso, *multinaturale*.

Il grido eroico di Eco contro la stupidità dei social media è tutto ciò, è il grido di chi si scrolla le spalle dal ciarpame farneticante che sta fuori dal pensiero razionale, indicandolo. Ma è, forse, un grido fuori dal tempo, proprio perché il presente di Internet dà cittadinanza a forme di ontologia concorrenti, che non è più possibile liquidare così facilmente. Ecco perché, nel bene come nel male, non possiamo che chiamare *riduzionismo* questa medesima echiana sicurezza che chiede, come ai bei vecchi tempi, di bandire la stupidità del discorso pubblico.

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

