

Articoli/14

Iperrealismo morale applicato: la città, le cose, il bene

di Flavio Michele Ceci

Articolo sottoposto a peer-review. Ricevuto il 13/11/2014. Accettato il 24/11/2014

Abstract: In this article the author comments the book *Il bene nelle cose* by Emanuele Coccia, pointing out the main ethic consequences of this kind of hyper-realistic moral approach to the goods with whom we surround ourselves everyday. From the ambiguous relationship human kind have always had with goods to the technique environment, this new vision of markets and commodities makes this work a controversial but important one.

Qualche mese fa Emanuele Coccia – professore all’*Ecole Des Hautes Etudes en Sciences Sociales* – ha dato alle stampe un libro intitolato *Il bene nelle cose*¹, che ha riscosso subito un bel successo. È una ricerca originale, ma chiara ed accessibile, sul *bene*, e sulla necessità di pensarlo «non più oltre l’essere ma in perfetta coincidenza con le cose di questo mondo»². È un testo indicativo di una tendenza estremamente vitale nella filosofia contemporanea e assieme un esempio di metodo; vale la pena di ripercorrere le tesi del libro, con qualche nota a margine, per fare il punto su un tema che è già comparso – e continuerà a comparire – nelle discussioni popfilosofiche.

Il libro inizia come un percorso fra simboli, fra iscrizioni murarie. La città è il luogo da cui parte la ricerca, e le pietre che la compongono, i muri virtuali o reali su cui da sempre leggere i segni del proprio tempo. Questi muri spongono – oggi – un solo testo: la *pubblicità*, che «non è che la trasformazione, nei contenuti più che nella natura o nelle forme, di quella morale su pietra che ha sempre strutturato le nostre città»³. Ma la pubblicità parla di una cosa e di una soltanto e Coccia, in modo onesto e coraggioso, partendo da una visione filosofica precisa, ci dice che – visto che «ogni volta che parliamo di morale parliamo comunque di materia»⁴ – possiamo guardare alle cose, «a tutte le cose che è possibile immaginare, produrre, consumare o scambiare» con la stessa serietà e intensità con cui guardiamo ad ogni altro desiderio.

Il *bene* e i *beni*, quindi; e l’idea di fondo che un uomo che prova e soppesa il suo nuovo smartphone sia nella stessa condizione di chi – diciamo

¹ B. Coccia, *Il bene nelle cose*, Bologna 2014.

² Ivi, p. 96.

³ Ivi, p. 25.

⁴ Ivi, p. 16.

cinquemila anni prima – soppesava e provava la sua arma rudimentale, la sua maschera cerimoniale. Questa equivalenza evidente passa però per un'operazione più complicata, ovvero una radicale dissociazione dei beni dal loro contesto economico. Non è facile, perché da una parte c'è l'abitudine di pensare all'*oggetto* solo in termini estremamente astratti, come quel qualcosa che massimamente si oppone al soggetto. Dall'altra, sempre un'abitudine è quella di pensare alla *merce* come la specie più infima dell'*oggetto*, quella più contaminata con la temporalità, con l'organizzazione sociale, con il potere. Il libro di Coccia in qualche modo scuote entrambe queste abitudini; mette da parte il capitalismo avanzato e ci invita a guardare solo ai *beni* – da lì per capire come la specie apparentemente più bassa e trascurabile di oggetti fondi il nostro rapporto col mondo in modo molto più costitutivo e originario di quanto si possa percepire oggi.

Ma perché questo paradosso? Perché oggi che il mondo è strapieno di oggetti, che ne produciamo in quantità enormi e enormemente differenti – perché proprio oggi accantoniamo «l'intensità morale» della merce, per tentare un distacco, una specie di tortuosa condanna?

Secondo Coccia questo rapporto ambiguo con le cose è un tratto fondamentale della civiltà occidentale. «Erano sempre e solo gli altri, i barbari tra gli antichi, i selvaggi tra gli stranieri a praticare il culto delle cose»⁵. L'ambiguità non si limita al divieto religioso, che riecheggia nelle parole di Agostino sull'uso e il godimento amoroso, né si spiega solo col pensiero critico che guarda al rapporto con la merce come un a forma di feticismo. È di Marx l'idea che la merce coincida «con un eccesso simbolico», perché cristallizza «oltre al valore d'uso, il riflesso dei rapporti sociali che ne hanno reso possibile la produzione»⁶. Sia lo stigma religioso che quello marxista, secondo Coccia, ricalcano una struttura morale più profonda, che ci porta a pensare che «in qualche modo il bene dev'essere fuori o al di là delle cose»⁷.

Ma nonostante la storia del pensiero morale abbia costantemente riproposto questa tradizionale condanna, «nessun tentativo di rimozione è veramente efficace»⁸. Ne fa prova, a diversi livelli, il tentativo di riallacciare una relazione fondamentale con le cose più prossime⁹. Ne fa prova il godimento, anzi l'amore vero e proprio che riserviamo alle *opere d'arte*, punti di coincidenza fra materialità e spirito, così come il nostro rapporto con oggetti tecnicamente avanzati – oggetti che contengono qualcosa di simile – diciamo così – all'intelligenza. Arte e tecnica sono punti di contatto fra mercificazione e amore.

Certo a meno di non voler fare del romanticismo fuori tempo massimo, l'arte è merce *da sempre* – almeno in quota parte del suo supporto fisico.

⁵ Ivi, p. 66.

⁶ Ivi, p. 71.

⁷ Ivi, p. 85.

⁸ Ivi, p. 74.

⁹ In questo senso anche Giorgio Agamben – citato da Coccia nei ringraziamenti – con il volume conclusivo di *Homo sacer*: G. Agamben, *L'uso dei corpi*, Vicenza 2014.

Lo scatto in avanti che c'è stato nel novecento (Coccia cita McLuhan e Andy Warhol) è su un altro registro: è una dimostrazione che l'immaginario legato alla merce non è «mero sintomo o strumento di una qualche egemonia culturale», ma «espressione immediata di una sorta di folklore dell'uomo industriale»¹⁰. Per giustificare la zona di eccezione in cui «l'amore per le cose e quello per le persone» possono sovrapporsi e confondersi, l'autore fa leva su una qualità intrinseca all'opera d'arte per cui il culto per quest'ultima «*coincide* senza resto con il culto per l'artista e il suo spirito»¹¹.

Ma l'arte non è l'unico punto di contatto. Altrettanto centrale, nell'economia di questo primo tema del libro, è la tecnica; un'altra sfera «in cui l'uomo, in forme diverse e secondo gradi di liceità e intensità differenti, fa esperienza del proprio amore per le cose»¹². Ne fa esperienza perché la tecnica «pullula di ibridi»¹³, cioè di oggetti che «possono comparire come soggetti»¹⁴. Coccia qui suggerisce un tema estremamente intricato; ci mette un freno, una certa «diffidenza culturale» che impedisce di accettare serenamente l'evidenza di «oggetti tecnici capaci di agire e di apparire come persone». Ma questa diffidenza forse è un punto molto più delicato di quanto possa apparire. Non è affatto scontato che qualsiasi trasformazione *tecnica* sia indifferente rispetto alla qualità del bene prodotto, al suo effetto sulle persone e in definitiva sulla vita stessa. E il tema è ancora più delicato se la tecnica è luogo di ambizioni vertiginose che essa stessa non è in grado di dichiarare oltre l'evidenza della produzione, e che in definitiva mirano proprio a sigillare quello *spazio del bene* che Coccia individua come cifra comune di ogni *oggetto* – commerciabile o no – : la «slabbratura interna a tutte le cose, quella tra l'identità di qualcosa e la sua perfezione»¹⁵. Nel cercare la continuità fra l'oggetto più antico mai prodotto e quello appena inventato, devono restare a mente anche le differenze, e forse sull'amore per gli oggetti tecnici l'operazione *down-top* non riesce pienamente.

Ciò che rende *Il bene nelle cose* un testo importante e discutibile – nel senso più nobile del termine – è una sana ostinazione verso l'*iperrealismo morale*: il filosofo deve guardare al mondo per ciò che è, senza obliterarne arbitrariamente delle parti, senza descrivere tutto in termini di dovere, facendo, «invece che un'etica, una satira». Si tratta in fondo di avere un po' di coraggio, quello di voler vivere fino in fondo le trasformazioni. Ed è con questa attitudine che l'autore guarda alla rappresentazione pubblica dei beni – alla *pubblicità come discorso morale*. Su questo, l'operazione di sdoganamento è estremamente efficace, «la pubblicità ha lo statuto e la dignità di un discorso morale pubblico, anche se è prodotto in modo vernacolare»¹⁶. Fa *testo*, e quel testo è «sapere pubblico»¹⁷. Se i muri delle

¹⁰ B. Coccia, *Il bene nelle cose*, cit., p. 34.

¹¹ Ivi, p. 77.

¹² Ivi, p. 79.

¹³ Ivi, p. 78.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Ivi, p. 51.

¹⁶ Ivi, p. 109.

¹⁷ Ivi, p. 42.

nostre città parlano di merci – di spazzolini, reggiseni, automobili, telefoni – dove prima c'erano déi, miti e racconti di guerra, l'unico atteggiamento onesto – *filosofico* – è quello di guardare alla faccenda senza liquidarla come effetto collaterale di un piano più segreto e più grande, e la comodità e il fascino dell'atteggiamento opposto è invece solo l'accesso a una presunta saggezza in virtù della quale dichiarare impunemente che il mondo è idiota. La difficoltà è sicuramente tenere in piedi questo discorso senza esaltazioni neo-liberali, senza toni da apologia. Sono indagini dove è il metodo a dover essere radicale, e la tesi moderata e seria. Il libro di Coccia è una lettura positiva anche per questo, perché si apre con una dichiarazione potente: «le merci sono la figura estrema del bene, l'ultimo nome che l'Occidente ha dato al bene»¹⁸; ma è poi la ricerca in sé a dare il giusto peso a questa ipotesi, producendo un archeologia del bene e dei beni, cercando il momento iniziale dello strano *a priori* per cui ciò che viene etichettato come merce deve farsi carico di un «titolo infamante»¹⁹. «Sarebbe ingenuo e ingiusto» – conclude l'autore – «pensare che la pubblicità rappresenti il *solo* e unico modello di etica pubblica del nostro tempo»²⁰.

E allora proprio per l'apertura filosofica che le tesi di Coccia dimostrano, per l'esempio di metodo, c'è una cosa, mi permetto di dire, o meglio *un gesto* che riguarda le cose e non viene nominato. E chiunque l'abbia provato almeno una volta sa del profondo godimento che se ne prova, e chi non l'ha mai fatto ancora a volte ci pensa, ed è qualcosa che fa pienamente parte dell'*intensità morale* della merce: gettarle tutte, qualche volta, le cose.

¹⁸ Ivi, p. 8.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Ivi, p. 106.