

LA PROFESSORESSA AMA LE BATTUTE

Filosofia delle piccole cose quanti applausi per Rigotti

Una lezione brillante esposta con leggerezza e anticonformismo quella della professoressa Francesca Rigotti a Carpi davanti a un pubblico divertito dalle sue battute esilaranti. È salita sul palco portando con sé uno scolapasta, logo di questa edizione di Festival. Alle piccole cose Francesca Rigotti, docente di Dottrine Politiche all'Università di Lugano, ha dedicato i suoi studi praticando una ricerca del sublime nel quotidiano. Quale differenza esiste tra oggetto e cose in filosofia? E come è possibile realizzare la filosofia delle piccole cose? Sono state le due domande alle quali ha risposto, con numerosi riferimenti alla vita politica e sociale del paese: «Il berlusconismo è una de-oggetti-

vizzazione scettica dalla verità» ha affermato tra le risate del pubblico. Le cose di cui ha parlato sono tutto ciò che esiste nella realtà: oggetti, masserizie, faccende private e pubbliche. «L'interesse per le cose si rinnova ogni qual volta una scoperta tecnica o sociale le fa scomparire, basti ripensare alla rivoluzione industriale, all'invenzione delle fotografie, alla rivoluzione informatica» ha riferito Rigotti - la contraddizione di questi tempi è proprio quella di vedere scomparire alcuni oggetti da un lato, e dall'altro di possederne tanti».

Alcune esperienze personali, collettive, hanno il potere di sovvertire l'ordine delle cose e quindi cambiare significato a queste: «La mia emigrazione in Ger-

mania ha segnato il passaggio dei miei interessi dalle cose grandi della filosofia a quelle piccole - ha evidenziato - perdere alcuni riferimenti serve a cercare significato negli oggetti che fanno parte della nostra quotidianità».

Come si pratica una filosofia delle piccole cose? «Si prende un oggetto umile e si cerca di farlo uscire dall'abitudine percettiva e dal meccanicismo verbale» è la ricetta indicata dalla professoressa. Molto affascinante è apparsa la sua ontologia dello scolapasta, che ha mostrato a più riprese rivolta alla platea: «è un oggetto ricurvo come una volta, è dotato di buchi da cui può colare acqua e luce, che in alcuni pensatori del passato ha

indicato la perdita di memoria si pensi a Montaigne, Kant e Talete, in altri indica invece la fuoriuscita di pensiero creativo come per Marguerite Duras». Resta che lo studio delle piccole cose è ancora oggi considerato una pista di riflessione marginale, minore, rispetto ai grandi temi trattati per secoli dalla Filosofia accademica. «L'importante oggi è rappresentato dal mondo economico, ma le cose quotidiane sono il soggetto del reale, della storia. Come direbbe Nietzsche si tratta della ricchezza delle piccole cose buone e perfette». Dunque sembra dirci la Rigotti che la verità delle cose grandi emerge anche dalle piccole.

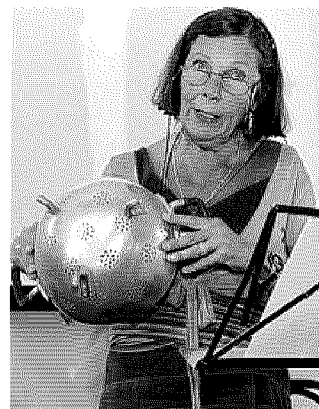
Francesca Testi

Il professor Coccia: siamo diventati feticisti della merce

"Tra le cose che l'uomo esperisce quotidianamente la merce acquisisce una indiscussa valenza feticistica sconosciuta nel passato". È entrato così "in medias res" il professor Coccia, nella Lectio magistralis su "La merce come oggetto morale". "La merce, oggi, è la reificazione filosofica, in occidente, dell'idea stessa di bene secondo una logica di perdita di senso del divino e della trascendenza". Questa la tesi di fondo emersa nel corso della conferenza tenuta ieri mattina in piazza XX Settembre. Non a caso nel nostro vocabolario ricorrono spesso espressioni come "beni di consumo" o "beni patrimoniali" secondo un'ottica di totale secolarizzazione di quello che nell'antichità equivaleva al "bonum". Epoca in cui le "res gestae" non erano gli oggetti di consumo che campeggiano oggi sui cartelloni pubblicitari affissi sui muri delle città, ma le imprese degli eroi, dei santi o degli imperatori romani. "La colonna traiana - esemplifica

Coccia - è l'esempio per eccellenza dello straordinario potere narrativo, prego di affabulazione, che promana dai monumenti, lapidi o epigrafi presenti nelle città del passato; senso della narrazione ed affabulazione che ritroviamo anche nelle grandi cattedrali romaniche e gotiche. "Oggi - conclude Coccia - la perdita di senso del sacro ha ingenerato il fenomeno della feticizzazione della merce il cui valore d'uso è assoluto sia sul piano simbolico che materiale o pratico indifferentemente innescando così uno spiazzante cortocircuito interpretativo per cui, la minestra in scatola Campbell's, made in Usa, è divenuta, l'emblema per eccellenza della pop art: riproducibile e moltiplicabile all'infinito esattamente come l'ossessiva ed onnipresente pubblicità presente sui muri delle nostre città e nei media".

Giulia Manzini



Francesca Rigotti