

# Comunicazione e sfondo etico

*Lucio Cortella*

Che cosa distingue la comunicazione specificamente umana rispetto a quella fra due terminali elettronici o fra due computers? La differenza non sta certamente nello scambio di informazioni, dal momento che il carattere della comunicazione digitale consiste proprio nel flusso di informazioni che passa da un terminale all'altro, da un sistema all'altro: al termine dello scambio il sistema ricevente sarà dotato di una quantità di informazioni maggiore rispetto alla sua dotazione precedente. Non possiamo neppure affermare che la differenza stia nell'osservanza di regole. I programmi informatici prevedono dei protocolli costituiti proprio da prescrizioni e regole e grazie ai quali un certo sistema si comporterà nel modo previsto, appunto, da quelle regole. Noi umani seguiamo regole semantiche e sintattiche del tutto simili a quelle dei sistemi informatici. Certo potremmo argomentare che la comunicazione umana è necessariamente veicolata da un corpo e che essa non può essere ridotta ad un sistema proposizionale formalizzabile. Ma potremmo forse negare che ogni sistema informatico presupponga una sua base "fisica", un *hardware*, che svolge in quel caso proprio la funzione che nel nostro caso svolge il corpo biologico dell'uomo?

La risposta che più facilmente viene data a domande di questo genere è allora quella che mette in evidenza il carattere *consapevole* della comunicazione umana. In altri termini: la comunicazione umana è caratterizzata da una essenziale riflessività che le consente in ogni momento di mettere a tema quello che si sta comunicando. Ma anche qui si potrebbe obiettare che nel caso di una comunicazione tra macchine nulla impedisce di introdurre all'interno di un sistema cibernetico costituito da stringhe proposizionali un metalinguaggio capace di fare del linguaggio informatico di base il suo oggetto. In questo caso – che pure potrebbe configurarsi come una sorta di riflessività linguistica senza soggetto –

però difficilmente parleremmo di consapevolezza. Questa allora più che con la riflessività sembra aver a che fare con quello che potremmo definire la *comprensione* della situazione. In effetti mentre una macchina non “comprende” quello che sta succedendo nel mentre comunica con un’altra macchina ma si limita a “eseguire” una serie di comandi, noi generalmente siamo in grado di “renderci conto” della situazione in cui si colloca la nostra comunicazione. È altrettanto vero però che una tale consapevolezza è raramente presente “in atto” nelle nostre comunicazioni. Essa può essere evocata, richiamata, riportata in primo piano, ma rimane generalmente sullo sfondo.

Risulta dunque evidente che l’elemento differenziante la comunicazione umana da quella elettronica non è il suo contenuto manifesto ma piuttosto qualcosa che rimane per lo più in un secondo piano e accompagna la comunicazione in modo inconsapevole. È quindi all’interno di questo sfondo implicito che va individuata la specificità della comunicazione umana. Robert Brandom, ponendosi più o meno la nostra stessa domanda di partenza è arrivato a conclusioni analoghe. «Qual è la differenza rilevante fra un termostato che spegne un forno quando la temperatura raggiunge i sessanta gradi, o un pappagallo addestrato a dire “È rosso” davanti a cose rosse, da un lato, e un essere che produce effettivamente resoconti non inferenziali di queste circostanze, dall’altro?» (Brandom, 2000, tr. it. 2002, pp. 55-56). Secondo Brandom la differenza sta nella natura *concettuale* dei nostri resoconti: «La distinzione necessaria è quella tra una semplice classificazione reattiva e una classificazione specificamente *concettuale*. Per produrre un resoconto occorre avere il *concetto* di *temperatura* o di *colore*, mentre il termostato e il pappagallo ne sono privi» (Brandom, 2000, tr. it. 2002, p. 56). A questo punto egli introduce l’elemento inconsapevole o implicito che accompagna i nostri atti linguistici: affermare che qualcosa è “rosso” comprendendo questa affermazione in modo concettuale significa «padroneggiare praticamente le inferenze in cui è coinvolto: conoscere, nel senso pratico di essere in grado di distinguere (un tipo di sapere *come*), che cosa segue dall’applicabilità del concetto, e da che cosa l’applicabilità segue. Il pappagallo non considera “È rosso” incompatibile con “È verde”, né sa che segue da “È scarlatto” e implica “È colorato”» (Brandom, 2000, tr. it. 2002, p. 56). Insomma ogni nostro atto linguistico è accompagnato da una serie di *ragioni*, che rimangono per lo più implicite nella nostra comunicazione, ma che nondimeno ne costituiscono la specificità umana.

Il riferimento alle ragioni costituisce un guadagno fondamentale per la caratterizzazione della comunicazione umana. Tuttavia è insufficiente. Niente impedirebbe di elaborare un sistema informatico in cui ogni informazione fosse accompagnata da un metalinguaggio costituito dall’insieme delle ragioni che sostengono una tale informazione, ragioni che non sarebbero prodotte durante le comunicazioni ordinarie fra macchine ma che ugualmente potrebbero essere pro-

dotte da quel sistema una volta che gli fosse richiesta la giustificazione delle proprie proposizioni.

Un quadro più completo sulla natura della comunicazione umana viene offerto dalla teoria dell'azione elaborata da Jürgen Habermas (1981, tr. it. 1986). Egli infatti fa il passo decisivo quando si propone di considerare *la comunicazione come un'azione*: nel comunicare noi non ci limitiamo ad organizzare sintatticamente gruppi di proposizioni ma compiamo un'azione, sicché siamo in grado di comprendere che cosa caratterizza il nostro modo specifico di comunicare quando comprendiamo che cosa significa "agire".

## 1. La teoria habermasiana dell'azione

L'azione riconduce il fenomeno del comunicare all'interno di quella fondamentale dimensione della nostra esistenza che è indisciungibile dalla nostra natura corporale. È inimmaginabile un'azione senza un corpo che agisce. E tuttavia la dimensione corporea, pur indispensabile, non è ancora sufficiente per caratterizzare l'agire umano. L'azione è infatti un movimento corporeo che è più di un movimento corporeo. Il battere del cuore o il respiro dei miei polmoni non lo definiremmo un'azione, ma è certamente un movimento del mio corpo. «Le azioni sono in un certo senso realizzate mediante movimenti del corpo, ma soltanto nel senso che l'attore *compie contemporaneamente* tali movimenti seguendo una regola d'azione tecnica o sociale. Il compimento significa che l'attore intende eseguire un piano di azione, ma non il movimento corporeo con il cui aiuto realizza le proprie azioni. *Un movimento corporeo è l'elemento di un'azione, ma non è l'azione*» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 173, traduzione leggermente modificata). Da ciò però non segue che l'elemento caratterizzante l'azione sia solo la presenza della regola (tecnica o sociale). Certo non diremmo mai che il cuore segue una regola tecnica o sociale, perché esso viene piuttosto messo in movimento da una legge biologica o fisiologica. Una regola è qualcosa di essenzialmente diverso da una legge naturale: mentre la prima può essere osservata o violata, alla seconda non ci si può sottrarre. E una regola è qualcosa che nasce, si apprende, trova la sua giustificazione, in un contesto sociale (Wittgenstein, 1953, § 199)<sup>1</sup>.

1 «Non è possibile che un solo uomo abbia seguito una regola una sola volta. Non è possibile che una comunicazione sia stata fatta una sola volta, un ordine sia stato dato e compreso, e così via. – Fare una comunicazione, dare o comprendere un ordine, e simili, non sono cose che possano essere state fatte una sola volta. – Seguire una regola, fare una comunicazione, dare un ordine, giocare una partita a scacchi sono *abitudini* (usi, istituzioni)».

Dunque con l'introduzione dell'elemento della regola abbiamo fatto un passo avanti importantissimo per comprendere la specificità dell'agire umano. E tuttavia la regola da sola non basta: «Applicando regole aritmetiche o grammaticali produciamo oggetti simbolici quali calcoli o proposizioni; ma questi non hanno un'esistenza autosufficiente. Con l'ausilio di calcoli e di proposizioni eseguiamo normalmente *altre* azioni quali ad es. compiti scolastici o ordini» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 174). L'asserto " $2 \times 3 = 6$ " segue certamente una regola ma non è un'azione autonoma: lo diventa solo se io, ad esempio, mi riferisco a un pubblico al quale intendo spiegare la regola della moltiplicazione.

Ma allora che cosa differenzia l'operazione " $2 \times 3 = 6$ " dall'azione linguistica che comunica quell'operazione ad un pubblico o lo scrive alla lavagna o anche semplicemente – senza avere necessariamente un pubblico di fronte – lo scrive nel quaderno dei compiti scolastici? Secondo Habermas la differenza sta nella *relazione col mondo*: «Le operazioni non toccano il mondo», mentre le azioni acquisiscono il loro status autonomo quando un movimento corporeo, seguendo una regola, ha a che fare con il mondo.

Il mondo, nella concezione habermasiana, non è però un riferimento indifferenziato, perché si presenta in *tre dimensioni*: quella *esteriore* degli oggetti, quella *interiore* del soggetto e quella *sociale* degli altri soggetti. Un'azione per costituirsi come autonoma deve poter istituire una relazione con almeno uno di questi tre mondi. Il lavoro è un'azione perché, oltre a seguire delle regole tecniche, ha a che fare col mondo degli oggetti esterni. La manifestazione del proprio stato d'animo o la confessione delle proprie intenzioni nascoste sono azioni perché hanno a che fare col mondo interiore. L'interazione con altri soggetti è un'azione perché ha a che fare col mondo sociale. Per questi motivi il calcolare non può essere considerato di per sé un'azione autonoma ma lo può diventare solo nel momento in cui quel calcolo è l'attività individuale (ad es. il mio studiare a casa) o sociale (il lavoro che comporta calcoli matematici) in cui sono impegnato e nel quale quel calcolare istituisce una relazione con un mondo.

Abbiamo a questo punto il quadro completo di ciò che Habermas chiama "azioni autonome": «Definisco azioni soltanto quelle espressioni simboliche con le quali l'attore, come nei casi sinora analizzati di agire teleologico, regolato da norme o drammaturgico, stabilisce una relazione con almeno un mondo (ma sempre *anche* con il mondo oggettivo). Da ciò distinguo i *movimenti corporei* e le *operazioni* che sono *compiute insieme* con azioni e soltanto *in via secondaria*, vale a dire grazie all'*inserimento in una prassi di gioco o di apprendimento*, possono conseguire l'autonomia di azioni» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 172). Come si vede, in questa definizione vengono elencati tre differenti modalità di azione (l'agire teleologico, quello regolato da norme e quello drammaturgico). È opportuno quindi analizzare con attenzione quella classificazione, perché da essa

emergerà con chiarezza quel riferimento al mondo, che, secondo Habermas, è l'elemento essenziale dell'azione.

## 2. La classificazione habermasiana dei vari tipi di azione

Il *primo* tipo di azione è quello che Habermas definisce come *agire teleologico*, ovvero quell'agire che ha in vista la realizzazione di uno *scopo* all'interno del mondo oggettivo. «A partire da Aristotele il concetto di *agire teleologico* sta al centro della teoria filosofica dell'azione. L'attore realizza uno scopo ovvero provoca il verificarsi di uno stato auspicato, scegliendo i mezzi che nella situazione promettono successo e applicandoli in maniera adeguata» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 155). Si tratta propriamente di quello che più comunemente viene definito *agire strumentale*, ovvero quel tipo di azione che si concentra sugli *strumenti* o *mezzi* necessari a realizzare un certo fine. Ciò che questo tipo di azione produce è la modificazione di stati di fatto oggettivi, modificazione ottenuta utilizzando gli strumenti adatti ad ottenerla. L'esempio più paradigmatico di questo tipo di agire è rappresentato dal *lavoro* umano: si tratta infatti di un'azione strumentale che trasforma la natura e gli oggetti del mondo. La *tecnica* è la logica sottesa all'agire strumentale e costituisce l'applicazione sistematica di esso.

Max Weber nella sua opera ha chiarito le coordinate fondamentali dell'agire strumentale, definendolo *agire razionale rispetto allo scopo* e mostrando il tipo di razionalità che presiede a questa tipologia di azione. «Agisce in maniera razionale rispetto allo scopo chi orienta il suo agire in base allo scopo, ai mezzi e alle conseguenze concomitanti, *misurando* razionalmente i mezzi rispetto agli scopi, gli scopi in rapporto alle conseguenze, ed infine anche i diversi scopi possibili in rapporto reciproco: in ogni caso egli non agisce quindi né affettivamente (e in modo particolare non emotivamente) né tradizionalmente» (Weber, 1922, tr. it. 1961, vol. I, p. 23). Com'è noto, questa è per Weber l'unica vera razionalità, dal momento che se si agisce senza fare questa costante misurazione tra fini, mezzi e conseguenze, e si prendono invece in considerazione unicamente i valori (cioè gli scopi ultimi) si finisce per comportarsi irrazionalmente: «L'orientamento dell'agire razionale rispetto al valore può quindi essere in relazioni assai differenti con l'atteggiamento razionale rispetto allo scopo. Dal punto di vista della razionalità rispetto allo scopo la razionalità rispetto al valore è sempre *irrazionale* – e lo è quanto più eleva a valore assoluto il valore in vista del quale è orientato l'agire; e ciò poiché essa tiene tanto minor conto delle conseguenze dell'agire, quanto più assume come incondizionato il suo valore *in sé* (la pura intenzione, la bellezza, il bene assoluto, l'assoluta conformità al dovere)» (Weber, 1922, tr. it. 1961, vol. I, p. 23).

Ovviamente si pone qui il problema di come determinare i mezzi più adatti ad ottenere gli scopi prefissati, ed è a questo punto che Weber fa riferimento alla *scienza*, come a quel sapere in grado di fornire a chi voglia agire razionalmente rispetto allo scopo quelle informazioni, cioè quei dati di fatto sulla base dei quali noi potremo calcolare i mezzi più adatti. Ma per lo stesso motivo la scienza non potrà mai indicarci ciò che noi *dobbiamo* fare (cioè i fini e i valori) bensì sempre e solo ciò che noi *possiamo* fare, vale a dire quali mezzi possiamo mettere in campo per conferire razionalità alla nostra azione (Weber, 1922, tr. it. 1974, p. 61)<sup>2</sup>.

Un caso particolare di agire strumentale è l'*agire strategico*. In realtà Habermas lo distingue chiaramente dall'agire strumentale e forse proprio per questo motivo egli preferisce usare l'espressione di "agire teleologico" al fine di indicare una tipologia di azione complessiva, articolata al suo interno in una variante strumentale e una variante di tipo strategico. L'agire strategico è quell'agire teleologico indirizzato non tanto agli oggetti del mondo quanto agli altri soggetti. Anche se la sua logica è la stessa dell'agire strumentale, in quanto anche qui si tratta di calcolare razionalmente i mezzi per ottenere degli scopi, cambia però il contesto in cui avviene l'azione in quanto i mezzi possono essere altri soggetti (utilizzati per ottenere effetti presso ulteriori altri soggetti). «Il modello di azione teleologica viene ampliato a modello di azione *strategica* se nel calcolo del successo dell'agente può entrare l'aspettativa di decisioni di almeno un altro attore che agisce in modo orientato allo scopo» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 155). Anche se l'ambito di applicazione primario dell'agire strategico è naturalmente la guerra, strategie possono essere applicate in molti altri campi, dall'economia all'amministrazione, dalla comunicazione alla politica. Lo stratega è colui che vuole ottenere uno scopo nei confronti di altri soggetti e calcola come utilizzare il "materiale umano" a sua disposizione in modo da raggiungere lo scopo bellico, economico o politico. Sarà bene notare come, dal punto di vista dell'attore strategico, non abbia alcun rilievo in questo caso una distinzione fra soggetti e oggetti: i soggetti vengono considerati infatti alla stregua di oggetti sui quali intervenire o dai quali ottenere certi vantaggi. Ovviamente si tratta di oggetti "complessi", molto più difficili da manipolare rispetto alle cose naturali, in quanto questi oggetti sono in grado di prendere decisioni e di agire a loro volta in modo strategico. Ma le tecniche della strategia consistono proprio nel manipolare appunto quelle decisioni altrui e nel fare in modo che tali decisioni conducano all'ottenimento dei risultati perseguiti dallo stratega. Insomma la di-

2 «Una scienza empirica non può mai insegnare ad alcuno ciò che egli *deve*, ma soltanto ciò che egli può e – in determinate circostanze – ciò che egli *vuole*».

sposizione fondamentale dell'agire strategico è un *atteggiamento oggettivante* in cui ci si relaziona esclusivamente nei confronti del mondo oggettivo e per il quale sia il mondo interiore dei soggetti sia quello sociale delle relazioni fra essi valgono come ambiti oggettuali da trasformare e da manipolare (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 159)<sup>3</sup>.

Va ricordato qui che il precedente concettuale della nozione di agire strategico-strumentale è costituito dal concetto aristotelico di *produzione (poiesis)*, secondo il quale si dà appunto produzione quando il fine dell'azione è diverso dall'azione stessa, quando cioè l'azione non è fine a se stessa ma consiste nell'impiego di strumenti usati per ottenere un fine esterno e diverso da essa<sup>4</sup>. Nella produzione si opera finché non si è ottenuto l'oggetto di essa, sicché essa cessa proprio nel momento in cui si dà l'oggetto finito. In ciò consiste la sua strumentalità: nell'essere preparatoria all'oggetto e funzionale alla sola realizzazione di quello scopo. Quando lo scopo è ottenuto non si dà più l'operare che lo ha prodotto. Dalla *poiesis* Aristotele distingueva la nozione di *praxis*, nella quale il fine, invece che essere trascendente ed esterno ad essa, si trova proprio all'interno e immanente all'azione medesima. L'agire (che Aristotele distingueva appunto dal produrre) ha come fine l'azione medesima, la sua esecuzione. Il bene dell'agire non sta fuori di esso ma è appunto quello che Aristotele chiama *eupraxia*, l'azione buona. «Chiunque produce, produce in vista di un fine, e ciò che è oggetto di produzione non è fine in sé ma in relazione ad altro e a causa di altro. Nell'ambito della prassi, invece, la cosa sta in modo diverso, in quanto in essa la buona condotta (*eupraxia*) è il fine, e il desiderio ha questo fine per oggetto» (*Etica Nicomachea*, VI, 1139b 1-4).

Si agisce in un certo modo perché è *bene* agire in quel modo, perché è buona quell'azione in quanto tale e non perché vogliamo trasformare degli oggetti nel mondo.

Come vedremo questa bipartizione dell'agire in *praxis* e *poiesis* sta alla base della classificazione habermasiana, anche se Habermas non si accontenta di una generica nozione di *praxis* da giustapporre all'agire tecnico-strategico ma la differenzia al suo interno, mostrando come l'azione non strumentale pensata da Aristotele racchiuda internamente una articolazione di differenti modalità di azione (e quindi di diversi riferimenti al mondo).

3 «Riguardo alle premesse ontologiche possiamo classificare l'*agire teleologico* come un concetto che presuppone *un unico* mondo e precisamente il mondo oggettivo».

4 «Il fine della produzione (*poiesis*) è diverso dalla produzione stessa, mentre non potrebbe esserlo quello dell'azione (*praxis*): il fine è infatti la stessa bontà dell'azione (*eupraxia*)» (*Etica Nicomachea*, VI, 1140b 6-7).

Il *secondo tipo di azione* introdotto da Habermas, quello che forse più di tutti raccoglie in sé l'eredità della nozione aristotelica di *praxis*, è *l'agire regolato da norme* (*normreguliertes Handeln*). Esso non intende realizzare oggetti o eventi o stati di fatto nel mondo oggettivo. Anch'esso persegue un fine ma questo è costituito unicamente dalla *realizzazione di una norma*. Dunque anche l'agire regolato da norme ha una struttura teleologica ma in questo caso l'azione non è uno strumento per realizzare un fine ad essa esterno, perché il fine sta nell'azione stessa, nel rispetto di un norma. Cedere il posto a un'anziana in un autobus non comporta alcun calcolo di mezzi e conseguenze, perché quello che conta è la bontà dell'azione stessa, l'osservanza di una norma che si ritiene giusta.

Queste norme hanno tutte – direttamente o indirettamente – carattere *sociale*, sono cioè norme condivise, regolate dalla tradizione culturale e hanno la decisiva funzione di integrare i membri di una società, rendendo possibile la loro convivenza. Fondamentale è allora per l'agire regolato da norme il rapporto intersoggettivo, ovvero la relazione con il mondo sociale dei soggetti (relazione che era irrilevante nel caso precedente, nel quale i soggetti erano considerati alla stessa stregua degli oggetti e nel quale dunque contava solo *un mondo*). Certo possiamo immaginare delle norme individuali, inventate da me e seguite solo da me, ma per quanto antisociale possa essere questa norma (ad esempio un modo stravagante di salutare tutte le persone che incontro), essa presuppone comunque un processo di apprendimento sociale di che cosa è un comportamento di fronte ad altri, cioè presuppone daccapo un processo di interazione.

Anche qui rimane fondamentale la relazione con il primo mondo, quello degli oggetti, relazione che è ineliminabile in ogni forma di azione, dal momento che non si può agire senza un mondo di cose e di stati di fatto. E tuttavia ora, oltre alla relazione col mondo oggettivo, è costitutiva la relazione con un *secondo mondo*, quello *sociale*, irriducibile al primo. Chi agisce in modo regolato da norme presuppone la *distinzione tra i fatti e le norme*, tra *che è* e *ciò che è giusto fare*. Un tale soggetto può quindi assumere due diversi tipi di atteggiamento nei confronti degli altri: può avere un *atteggiamento oggettivante* assumendo le loro interazioni come dei *fatti* da osservare ed eventualmente manipolare con le tecniche dell'ingegneria sociale, ma può essere capace di agire nei loro confronti in maniera *normativa*, cioè sulla base di ciò che è *giusto* o non è giusto fare.

Il *terzo tipo di azione* individuato da Habermas è quello *drammaturgico*. Con esso non si interviene su di un mondo esterno di cose né ci si regola in base a norme socialmente condivise, ma si intende semplicemente dare una *rappresentazione di se stessi*. Anche qui possiamo immaginare una rappresentazione di sé di fronte ad un altro, dunque ancora una volta un rapporto fra soggetti, con la differenza, però che qui uno dei due è soltanto il *pubblico* davanti al quale l'altro com-



pie una *rappresentazione*. Il canto, la recita, la danza, ma anche la confessione, sono le varie modalità nelle quali trova differente concretizzazione l'agire drammaturgico. Ciò che viene rappresentato in tutti questi casi è infatti il mondo interiore del soggetto agente. Anche quando questa interiorità non è quella propria ma, come nel caso della recita teatrale, quella del proprio personaggio, anche in quel caso si finisce per trasmettere se stessi, ovvero la propria interpretazione di quel personaggio, dunque alla fine il proprio mondo.

Ai fini dell'azione drammaturgica non è indispensabile l'uso del linguaggio, anche se spesso l'espressione verbale costituisce il veicolo principale della rappresentazione di sé. È evidente a tutti però non solo che si può esprimere la propria interiorità in modo *non verbale*, ma che in certe situazioni possono “mancare le parole” per dire ad un altro ciò che veramente si prova.

È interessante notare inoltre come l'agire drammaturgico possa facilmente assumere *tratti strategici*, in particolare nel caso in cui l'altro non venga più semplicemente considerato un “mio pubblico” ma la “mia controparte”, qualcuno da cui voglio ottenere un risultato. In questo caso però cambia l'intenzione del mio agire, in quanto non viene più considerata prioritaria l'espressione veridica di sé quanto l'effetto che la mia autorappresentazione possa produrre sull'altro. Classico è qui il caso della menzogna, usata in modo da far credere all'altro che si tratti di autorappresentazione veridica mentre il suo vero scopo è quello di ottenere – attraverso una rappresentazione falsa di sé – risultati e vantaggi. Habermas però fa notare come neanche in questo caso si possa parlare di agire strategico, in quanto l'altro è indotto a giudicare la mia rappresentazione esclusivamente dal punto di vista della sua veridicità e non dal punto di vista di una contrapposizione strategica di interessi. Solo nel caso in cui anche l'altro giudicasse siffatta interazione esclusivamente secondo criteri di successo potremmo dire di avere a che fare con un'interazione strategica (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 169)<sup>5</sup>.

Risulta dunque evidente che il tipo di relazione istituito dall'agire drammaturgico è quello con *due mondi*: oltre a quello *oggettivo* fondamentale è qui il riferimento ad un altro mondo, quello *soggettivo* della propria sfera *interiore*.

5 «Allora si dà il caso di un'interazione strategica in cui i partecipanti hanno arricchito concettualmente il mondo oggettivo a tal punto che vi possono comparire controparti che non solo agiscono in modo razionale rispetto allo scopo, ma sono anche capaci di manifestarsi in modo espressivo».

### 3. L'agire comunicativo

L'agire teleologico, quello regolato da norme e quello drammaturgico non esauriscono la totalità delle azioni umane. Ad essi Habermas affianca una quarta tipologia, che nell'economia del suo discorso viene a rivestire un'importanza decisiva non solo perché dà il titolo all'intera opera ma anche perché le sue caratteristiche lo collocano oggettivamente in una posizione di "preminenza" rispetto ai tre tipi di azione finora analizzati. Si tratta di quello che Habermas definisce *agire comunicativo* e che si differenzia dai precedenti modelli di azione in quanto la sua finalità non è né quella di modificare il mondo esterno, né quella di rispettare certe norme sociali e neppure quella di esprimere la propria interiorità. *Si parla di azione comunicativa quando lo scopo è primariamente quello di intendersi con qualcuno*: «Il concetto di *agire comunicativo* si riferisce all'interazione di almeno due soggetti capaci di linguaggio e di azione che (con mezzi verbali o extraverbali) stabiliscono una relazione interpersonale. Gli attori cercano un'intesa sulla situazione dell'azione per coordinare di comune accordo i propri piani di azione e quindi il proprio agire» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 157).

L'*intesa* qui è il concetto centrale. Essa indica una comprensione reciproca che non è necessariamente un *accordo*: per comunicare non è indispensabile che fra i due partners si raggiunga un accordo sui contenuti della comunicazione, mentre è necessario che colui che riceve la comunicazione sia posto nella condizione di comprenderla. Ovviamente nulla impedisce che una comprensione venga *fraintesa*, né che fra i due partners possano sorgere dei *conflitti*. Tuttavia l'intesa rimane lo *scopo* della comunicazione. Essa viene a costituire una sorta di "apriori" per i comunicanti, si configura cioè come una condizione di ingresso affinché la comunicazione avvenga. È questo il motivo per cui quando i due partners della comunicazione scoprono un fraintendimento cercano con ogni mezzo di rimediarsi, perché è proprio questo il fine immanente al comunicare: evitare il fraintendimento.

È bene subito precisare che l'agire comunicativo non va ristretto alla nozione usuale di comunicazione, ovvero a quel tipo di scambio intersoggettivo (prevalentemente verbale, anche se non solo) il cui scopo è quello di ottenere un'intesa su un contenuto (un'informazione, un'opinione, un'esperienza). In questo caso specifico infatti Habermas usa la nozione più ristretta di "conversazione" intendendo con essa ciò che noi usualmente qualificiamo come "comunicazione" (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 444, trad. lievemente modificata)<sup>6</sup>. L'a-

6 «Esistono nessi di azione che non servono primariamente a realizzare piani di azione, concordati mediante comunicazione e quindi non sono indirizzati ad attività finalizzate, ma che con-

gire comunicativo caratterizza invece più estesamente tutte quelle situazioni pratiche nelle quali l'azione del soggetto esige, per il proprio coordinamento con l'azione degli altri, un'intesa con essi. A tal proposito egli introduce la nozione di «comune definizione della situazione»: per poter coordinare – in modo comunicativo e non strategico – le azioni è necessario che i soggetti coinvolti siano d'accordo su quale sia la situazione in cui essi si trovano. Ad esempio, se io mi rivolgo a un cameriere per ordinare una bistecca al ristorante è necessario che io e il cameriere conveniamo sulla situazione che ci troviamo a condividere: che ci troviamo in un ristorante, che il cliente è quello che ordina e il cameriere quello che riceve le ordinazioni, che il ristorante è generalmente un luogo dove si viene a mangiare, che dopo aver mangiato generalmente bisogna pagare, e così via. È questo tipo di intesa quella perseguita dagli attori che agiscono in modo comunicativo: «Parlo di azioni *comunicative* se i progetti di azione degli attori partecipi non vengono coordinati attraverso egocentrici calcoli di successo, bensì attraverso atti dell'intendersi. Nell'agire comunicativo i partecipanti non sono orientati primariamente al proprio successo; essi perseguono i propri fini individuali a condizione di poter sintonizzare reciprocamente i propri progetti di azione sulla base di comuni definizioni della situazione. In tal senso il concordare definizioni della situazione costituisce una componente essenziale delle prestazioni interpretative necessarie per l'agire comunicativo» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 394).

L'azione che consiste nel fare un'ordinazione al ristorante non è una comunicazione fine a se stessa a scopo puramente informativo (quella che Habermas definisce appunto "conversazione") né è un'azione strategica volta a manipolare altri soggetti e neppure può essere qualificata come un'espressione di sé o la delibera morale del seguire una norma buona e condivisa. Essa si configura proprio come quel coordinamento comunicativo delle azioni fondato sull'intesa grazie al quale i soggetti possono perseguire i propri fini individuali. L'intesa qui è non solo sulla "comune definizione della situazione" ma anche sulle regole di azione (fra cui quelle del comportamento reciproco e soprattutto quelle che sovrintendono all'uso del linguaggio). Questa intesa è fondamentale non solo per arrivare a veri e propri accordi ma anche per regolare e gestire i conflitti. Posso litigare col cameriere sulla qualità del cibo proprio perché entrambi sappiamo di essere

sentono e stabilizzano dal canto loro comunicazioni – intrattenimenti, argomentazioni, in generale conversazioni – che in determinati contesti diventano finalizzate a se stesse (...) Parlo di "conversazione" tutte le volte in cui il peso si sposta a questo modo dall'attività finalizzata verso la comunicazione».

in un ristorante, che il cibo può essere buono o cattivo e conveniamo entrambi che in caso di mancato gradimento da parte del cliente è il cameriere quello cui generalmente ci si rivolge per protestare e non si comincia invece a litigare col vicino di tavolo. Tutte queste regole formano l'intesa che guida il nostro agire comunicativo, intesa che – come abbiamo visto – non esclude né può evitare incomprensioni e fraintendimenti. E proprio per questa centralità dell'intesa nelle nostre comunicazioni Habermas afferma che «l'intesa (*Verständigung*) inerisce come *telos* al linguaggio umano» e che «i concetti del parlare e dell'intendersi si interpretano reciprocamente» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 396).

È interessante ora notare che colui che agisce in modo comunicativo si prefigge di raggiungere un'intesa fra sé (il proprio *mondo interiore*) e qualcun altro (collocato nel mondo *sociale*) su qualcosa (collocato nel mondo *oggettivo*). Come si vede, nel caso dell'agire comunicativo, la relazione con il mondo è equamente ripartita in *tutte le sue tre dimensioni*: la relazione è infatti sia con il *mondo sociale* (per comunicare non solo devo mettermi in relazione con un altro soggetto ma devo seguire delle regole comprensibili e condivise, altrimenti la comunicazione non avviene), sia con il *mondo interiore* (esprimo ciò che penso, una mia opinione, una mia esperienza), sia con il *mondo oggettivo* (il contenuto della mia comunicazione riguarda comunque un "fatto", di qualunque genere esso possa essere). Ciò costituisce quella che abbiamo chiamato la "preminenza" dell'agire comunicativo rispetto ai tre tipi di azione prima esaminati: «i parlanti e gli uditori, dall'orizzonte del loro mondo vitale pre-interpretato, fanno contemporaneamente riferimento a qualcosa nel mondo oggettivo, sociale e soggettivo per trattare comuni definizioni della situazione» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 170).

Gli altri tipi di azione perciò si manifestano – al confronto con l'agire comunicativo – come manifestazioni unilaterali, o stando all'espressione habermasiana, come "*casi-limite dell'agire comunicativo*": «L'unilateralità degli altri tre concetti di linguaggio emerge dal fatto che i tipi di comunicazione da essi di volta in volta caratterizzati si rivelano casi-limite dell'agire comunicativo, vale a dire *in primo luogo* come comprensione indiretta di coloro che hanno in mente soltanto la realizzazione dei propri scopi [l'agire strategico, n.d.r.]; *in secondo luogo* in quanto agire consensuale di coloro che si limitano ad attualizzare un'intesa normativa già esistente [l'agire regolato da norme, n.d.r.]; e *in terzo luogo* in quanto messa in scena di se stessi in funzione degli spettatori [l'agire drammaturgico, n.d.r.]. Con ciò viene tematizzata soltanto una funzione del linguaggio: suscitare effetti perlocutivi, stabilire relazioni interpersonali ed esprimere esperienze vissute» (Habermas, 1981, tr. it. 1986, vol. I, p. 170). Il rappresentare dei casi-limite da parte delle varie tipologie di azione non solo viene qui evidenziato dal fatto che i tre riferimenti al mondo vengono ridotti – in quelle tipologie – a una o due relazioni, ma risulta confermato dalla circostanza che in tutti i tre diffe-

renti modelli rimane una essenziale componente comunicativa. Posso infatti agire strategicamente con successo a condizione di essere compreso da coloro che io voglio influenzare: un'azione strategica dev'essere capita per poter essere efficace, ottenere risultati e produrre conseguenze. Anche nell'agire regolato da norme l'intesa sui valori culturali e sulla validità delle norme da seguire è il presupposto di qualunque azione normativa coordinata fra diversi soggetti. Ugualmente nell'agire drammaturgico la rappresentazione di sé davanti a un pubblico presuppone almeno una comprensione minimale di quella rappresentazione: senza l'intenzione di essere compresa qualunque manifestazione di se stessi cessa di essere tale e il pubblico decade immediatamente ad oggetto muto del primo mondo. Ne consegue che la struttura dell'intesa diventa costitutiva non solo per l'agire comunicativo ma per ogni tipo di azione, anche nei casi in cui non viene esplicitamente perseguita.

#### 4. Lo sfondo etico

Abbiamo raccolto a questo punto gli elementi fondamentali che ci consentono di articolare una risposta alla questione dalla quale siamo partiti: la vera natura della comunicazione umana. La sua comprensione adeguata consiste nel considerarla prima di tutto una forma di *azione* e quindi un movimento del nostro corpo che non solo si comporta secondo *regole* (e non solo e semplicemente in base a leggi fisiologiche) ma che istituisce un riferimento essenziale nei confronti del *mondo*, nelle sue tre dimensioni fondamentali: quella esterna, quella interna e quella sociale. Ma la sua vera specificità sta nella centralità della struttura dell'*intesa*: nessuna comunicazione può aver luogo senza l'impegno alla reciproca comprensione da parte dei soggetti coinvolti. E la struttura dell'intesa apre uno squarcio in quello sfondo implicito nella nostra comunicazione che, al di là dei suoi contenuti manifesti, ne costituisce la specificità.

Se due partners possono comunicare solo presupponendo la ricerca di un'intesa ciò significa che essi non possono entrare in una comunicazione senza un *impegno reciproco*: quello a comprendere e a farsi comprendere. Ma questo non è un generico impegno nei confronti dell'intendersi bensì un impegno specifico nei confronti del partner comunicativo: *il vincolo morale a trattarlo come un soggetto della comunicazione*. Tale vincolo è caratterizzato dalla reciprocità: chi comunica sa implicitamente che anche l'altro assume nei suoi confronti lo stesso impegno che egli assume verso di lui. Senza questa reciprocità ogni comunicazione fallirebbe. Essa è segnata da regole precise: la *sincerità* prima di tutto, cioè l'impegno ad esternare solo ciò in cui si crede e che si pensa sinceramente, e in secondo luogo la *responsabilità*, vale a dire la disponibilità a fornire le ragioni di ciò che si so-

stiene. Ogni nostra comunicazione si regge sulla supposizione che tali regole vengano rispettate. Il solo sospetto che uno dei partners le violi, mentendo o parlando in maniera irresponsabile (senza cioè credere veramente in ciò che afferma) ostacolerebbe certamente la comunicazione sino a renderla impossibile.

Insomma la vera condizione del comunicare è non solo l'osservanza delle regole del linguaggio o dei comportamenti codificati nella comunità in cui avviene la comunicazione ma il rispetto di vere e proprie *norme morali*. Come scrive Apel, la comunicazione «presuppone anche l'osservanza di una norma morale fondamentale. Il mentire, ad esempio, renderebbe chiaramente impossibile il dialogo degli argomentanti; ma lo stesso vale anche per il rifiuto della comprensione critica o dell'esplicazione e giustificazione degli argomenti» (Apel, 1973, tr. it. 1977, p. 239).

Certo si danno comunicazioni in cui uno dei parlanti può mentire non solo saltuariamente ma in modo sistematico. In questo caso abbiamo a che fare con quella comunicazione strategica il cui scopo non è tanto quello di raggiungere un'intesa con l'altro quanto ottenere utilità e vantaggi, influenzando l'altro a tal fine. Il partner cessa di essere un interlocutore col quale impegnarsi per diventare un semplice oggetto da manipolare. Ebbene tale strategia è vincente proprio in quanto sfrutta parassitariamente la struttura di intesa della comunicazione: proprio in quanto il partner crede nella sincerità della comunicazione la strategia può avere successo, mentre nel momento in cui la menzogna dovesse essere scoperta non solo tale successo sarebbe mancato ma si interromperebbe la comunicazione. Questa potrebbe essere ripresa solo nel momento in cui dovesse essere ripristinata la fiducia originaria che la caratterizzava e che caratterizza ogni scambio comunicativo.

*La comunicazione presuppone un'etica di fondo*, vale a dire il riconoscimento di ogni altro partner d'azione come una persona nei confronti della quale sussistono degli obblighi ben precisi. Se io mentisco all'altro compio una violazione del mio rapporto con lui, del mio implicito riconoscimento nei suoi confronti. Comunicare significa riconoscere l'altro come una *persona*, cioè come un soggetto morale dotato di diritti. «Nella norma fondamentale del riconoscimento reciproco dei partner della discussione è implicata virtualmente quella del "riconoscimento" di tutti gli uomini come "persone" nel senso di Hegel. Detto altrimenti: tutti gli esseri capaci di comunicazione linguistica debbono essere riconosciuti come persone» (Apel, 1973, tr. it. 1977, p. 239).

Quest'etica è caratterizzata dalla fragilità che accompagna ogni norma morale. Vale a dire: può essere facilmente violata. La costrizione morale si differenzia dalla costrizione biologica proprio per il fatto che la seconda non può essere elusa mentre la prima si presenta come un dovere che io sono sempre libero di accettare o di rifiutare. Ma la sua violazione è possibile solo contingentemente. La so-

spensione provvisoria delle regole della comunicazione è possibile proprio perché presuppone l'universale costante osservanza e fiducia in tali regole. L'universale inosservanza di quest'etica renderebbe impossibile il comunicare in quanto tale.

*L'etica della comunicazione è la base di ogni altra etica.* L'interazione umana è il contesto genetico a partire dal quale si formano in noi le convinzioni morali fondamentali. È a partire dal ripetuto riconoscimento che ci viene conferito fin dalle prime comunicazioni (anche da quelle non verbali e puramente affettive che caratterizzano i momenti iniziali della nostra esistenza) che noi impariamo a considerare noi stessi come delle persone degne di attenzione e di cura e a vedere simmetricamente negli altri dei soggetti dotati dei nostri medesimi bisogni e diritti. L'etica nasce a partire dalla nostra peculiare natura comunicativa, grazie alla quale noi ci formiamo all'interno di un tessuto di relazioni in cui altri si prendono cura di noi e in cui apprendiamo a considerare noi stessi come degni di attenzione. La nostra identità individuale ne è il prodotto specifico. Ma nel mentre noi apprendiamo la nostra dignità e costruiamo il sentimento della nostra autonomia e indipendenza, impariamo anche a considerare l'altro degno del nostro rispetto. Solo la percezione della assoluta dignità dell'altro può conferire alla sua attenzione nei nostri confronti l'importanza che noi le attribuiamo. L'idea della nostra dignità sorge insieme a quella della dignità dell'altro. Considerare gli altri come persone e esigere che gli altri considerino noi come delle persone è il risultato di un processo di apprendimento, un processo di formazione che ha nel terreno comunicativo e nella sua sostanza morale la sua condizione costitutiva.

Ma se la morale ha una genesi comunicativa è anche vero che tale morale è contemporaneamente la condizione che ci consente di continuare a comunicare. Quella sostanza etica ci costituisce fin nell'intimo della nostra personalità ed è perciò l'elemento fondamentale che caratterizza le nostre relazioni. Un terminale elettronico e un sistema informatico ne sono completamente privi. Le loro comunicazioni mancano completamente di questo spessore, ma è proprio questo spessore ciò che connota la nostra umanità.

## Riferimenti bibliografici

- Apel K.O. (1973). *Transformation der Philosophie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (tr. it. *Comunità e comunicazione*, Rosenberg & Sellier, Torino 1977).
- Brandom R. (2000). *Articulating Reasons. An Introduction to Inferentialism*. Cambridge (Mass.): Harvard University Press (tr. it. *Articolare le ragioni. Un'introduzione all'inferenzialismo*, Il Saggiatore, Milano 2002).

- Habermas J. (1981). *Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (tr. it. *Teoria dell'agire comunicativo*, Il Mulino, Bologna 1986).
- Weber M. (1922). *Wirtschaft und Gesellschaft*. Tübingen: Mohr (tr. it. *Economia e società*, Edizioni di Comunità, Milano 1961 (1995), vol. 1).
- Weber M. (1922). *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Tübingen: Mohr (tr. it. *Il metodo delle scienze storico-sociali*, Einaudi, Torino 1974).
- Wittgenstein L. (1953). *Philosophische Untersuchungen*. Oxford: Blackwell (tr. it. *Ricerche filosofiche*, Einaudi, Torino 1967).