

2013

FRONTIERE

Rivista di Filosofia e Teologia

Anno X

Gennaio-Dicembre

Ai Lettori

L. ORLANDO

Nota storica e futuro della Rivista

M. CARUCCI

Nel 50° anniversario del Vaticano II

D. VITALI, B. CADORÉ, A. DI NAPOLI,
P. GAMBERINI, O. TODISCO

Spiritualità della vita religiosa

L. BORRIELLO, D. GIORDANO,
M.M. REGAZZONI, S.J.M. MASCARENHAS

Etica Filosofica e Pastorale

F. BELLINO, A. VENDEMIATI,
M. CARBAJO NUÑEZ, A. RUCCIA

Recensioni

Martín Carbajo Núñez, OFM

Lo Spettacolo dell'Intimità

Radici storiche della comunicazione centrata sull'io

Sommario. Questo articolo esamina il moderno “turn-to-the-self” nelle società occidentali, un processo storico che facilita una comunicazione focalizzata su questioni personali. In realtà, l'attuale età dell'informazione sta influenzando il modo in cui le persone manifestano la loro vita interiore. I criteri socialmente assunti riguardanti la modestia e moderazione, che erano state costruiti da culture, hanno lasciato il posto a un crescente esibizionismo e voyeurismo, largamente promosso dai media commerciali. D'altra parte, la comunicazione virtuale può anche indurre a nuovi tipi d'isolamento sociale. Stiamo andando verso l'ideale etico dell'autenticità o verso una sorta di narcisismo pericoloso? Questo articolo fornirà alcuni dati sociologici circa la crescente consapevolezza della propria identità e sul valore attribuito alla propria autonomia dal XVI secolo. Poi, questi dati serviranno come sfondo per illuminare l'attuale dibattito sull'autenticità morale.

Summary. This article examines the Modern “turn-to-the-self” in Western societies, a historical process that facilitates a communication focused on personal matters. In fact, the present Information Age is affecting the way people manifest their inner lives. The socially assumed criteria regarding modesty and restraint, that had been built up by cultures, has given way to an increasing exhibitionism and voyeurism, largely promoted by commercial media. On the other hand, virtual communication can also induce to new kinds of social isolation. Are we heading towards the ethical ideal of authenticity or towards a sort of dangerous narcissism? This paper will provide some sociological data about the increasing consciousness of self-

identity and about the value attributed to self-autonomy since the sixteenth century. Successively, those data will serve as a background to illuminate the present debate on moral authenticity.

La società dell'informazione sta sottomettendo a forti tensioni il tradizionale consenso sulla modestia, la decenza e il pudore. La comunicazione è sempre più centrata sull'io e sui sentimenti individuali; spesso si arriva all'esibizione sfacciata della propria interiorità e a una curiosità morbosa, svincolata dal senso di colpa e dalla coscienza del castigo. I Media si focalizzano sempre di più sull'intimità personale, scavalcando spesso il diritto alla privacy pur di ottenere lo scoop. Programmi come "il grande fratello" e altri *reality shows* figurano tra i preferiti dell'audience.

Per capire la situazione attuale, studieremo la progressiva privatizzazione della società e il processo di individualizzazione che si produce in Occidente a partire dal Rinascimento. La cosiddetta "stampa gossip" è una manifestazione di questo processo, che affonda le radici nell'antropocentrismo dell'epoca moderna. I mezzi di comunicazione riflettono e favoriscono questa tendenza, che prima aveva situato l'individuo al centro della realtà per poi valutare l'io intimo come il nucleo di ciò che è più autenticamente umano.

Nella parte centrale dell'articolo vengono presentati alcuni dati sociologici sulla cambiante percezione della propria identità personale (*self-identity*), sulla valutazione dell'ambito intimo e sulla privatizzazione in atto dei comportamenti sociali. In seguito, si cercherà di capire se stiamo procedendo verso un ideale di autenticità¹ oppure verso il relativismo narcisista², cioè verso un intimismo indo-

¹ «*There is a certain way of being that is my way. I am called upon to live my life in this way. [...] Otherwise, I miss the point of my life*». C. TAYLOR, *Multiculturalism: examining the politics of recognition*, Princeton 2011, 30. The moral ideal of authenticity "broadly refers to the modern 'quest' for self-fulfillment, self-realization". A. COREY, *Selfhood and authenticity*, Albany 2001, 3; cf. K. HOLT, *Authentic journalism? A critical discussion about existential authenticity in journalism ethics*, in *Journal of Mass media Ethics*, 27/1 (2012) 2-14.

² Sul tipo narcisista odierno: C. LASCH, *Politics and social theory. A reply to the critics*, in *Salmagundi*, 46 (1979) 201. Dal punto di vista medico, il DSM-IV afferma che la patologia del narcisismo è caratterizzata da: «*a pervasive pattern of grandiosity (in fantasy or behavior), need for admiration, and lack of empathy*», specificando di seguito nove caratteristiche ad esso attribuite. AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION, *Diagnostic and statistical manual of mental disorders*, [=DSM-IV], Washington DC 1994⁴ (3^a rist.), 661.