

Il fascino della colpa. Mercato e soggettività.

Pietro Enrico Bossola

Parto per questa riflessione da un'espressione di Lacan molto intrigante: lui ha parlato del fascino della colpa nel seminario *L'etica della psicoanalisi*¹.

Non parla tanto della colpa o del senso di colpa in relazione solo all'uccisione del padre, si interroga piuttosto del rapporto del soggetto con l'istinto di morte.

Ai giorni nostri il senso di colpa è molto nominato, forse troppo, ma una cosa è chiara: se ne parla sempre più spesso in relazione a un eccesso del godimento.

Nell'epoca neoliberista, nella società in cui tutto è possibile e in cui si impone il dovere al godimento, ciò a cui siamo confrontati è qualcosa che non avrebbe più dovuto esserci. E invece, Lacan, già nel 1959 segnalava la nascita di un fascino: un fascino per la colpa.

Lacan ripercorre i grandi temi freudiani dell'uccisione del padre, motore della nascita della cultura, o piuttosto quello dell'istinto di morte che segna ogni nostra esistenza. Ciò che trova è che l'esperienza morale e la sanzione che la accosta non sono riconducibili solamente al senso di obbligo. Non c'è un rapporto unidirezionale tra morale e senso dell'obbligo.

È vero che la morale è in relazione con la sanzione ed è altrettanto vero che nei nostri tempi siamo apparentemente in presenza di un rapporto tra morale e sanzione in una relazione lasca, a maglie larghe, attraverso le quali possono passare molte cose.

Intanto, ciò che è chiamato in causa è il concetto di azione: è chiaro che se la morale è a filo stretto con la sanzione, l'azione dell'uomo prende una rilevanza particolare perché deve toccare due poli. Non riguarda solo il rapporto con la legge espressa, la legge articolata dagli uomini, ma esprimerà anche una direzione, un percorso verso qualcosa di favorevole. Soprattutto un certo modo di seguire la direzione che si è data, baderà a individuare una condotta.

Certo questo è il proprio dell'etica, nel senso che sta a lei distinguere e nello stesso tempo legare la relazione della legge espressa con una riflessione sulla condotta.

In questa duplicità si situa il fatto che non esiste solo il senso dell'obbligo, c'è un oltre il comandamento.

In altri termini, stiamo navigando intorno al senso di colpa. Se non c'è solo comandamento, c'è lo spazio per il senso di colpa.

¹ J. Lacan, *Il seminario. Libro VII. L'etica della psicoanalisi* [1959-1960], Einaudi, Torino 1994.

Come psicoanalisti, sappiamo che ciò che mette in moto un'analisi è il desiderio, proprio perché al suo interno vi è un movimento di tensione che riguarda anche la morale in cui il soggetto è immerso.

Lacan parla della “[...] funzione feconda del desiderio [...]”², per dire che per Freud la genealogia stessa della morale ha le radici proprio nel desiderio.

Freud ci aveva abituato a un termine sempre più relegato ai regimi totalitari: la censura.

La censura è stata operata da chi deteneva il potere attraverso il togliere una parola, magari lasciandone il posto vuoto nel discorso e nella scrittura: a volte era solo un tratto di cancellazione che lasciava intravedere la parola cancellata. Insomma, la cancellazione non era totale, era sotto traccia, ma non poteva avere la sua evidenza. La si poteva leggere, magari con fatica, perché bene o male era occultata, ma non si poteva assumerla, ridirla. Freud indica nel desiderio la base di una possibile esistenza della censura, ma ci dice anche, seppur indirettamente, che il desiderio non è cancellato, semplicemente non può essere riconosciuto collettivamente, lo si può rin-tracciare, ma deve rimanere a quel livello. Se ne possono seguire le tracce, ma non si può. Sicuramente la censura controlla e limita la comunicazione, ha di mira la comunicazione. In rapporto al desiderio, comunicazione e censura erano due termini vicini. Il desiderio non era disgiunto dalla comunicazione all'inizio del Novecento, d'altra parte il pensiero precedente aveva cercato di pensarlo in una sorta di dinamica che favoriva uno sviluppo armonico, attraverso proprio la morale.

D'altra parte Lacan ha osservato che tutte le culture, che invece andavano nella direzione di agganciare il desiderio alla naturalità – pensate ai testi settecenteschi –, non hanno avuto un futuro, perché si erano ingabbiati in una sorta di ordalia, di giudizio di Dio.

A parte questo, se è vero che il tentativo letterario e culturale tra il Settecento e l'Ottocento è fallito, nel senso che l'uomo non si è mai sentito così gravato dalle leggi, l'armonia naturale del desiderio non si è avverata, anche se rimane ben presente il suo sogno.

Oggi si direbbe che il desiderio non è più da interpretare, rintracciare, seppure sia apparentemente onnipresente.

Poi vedremo che cosa si intenda come onnipresenza del desiderio rispetto all'idea di Freud e Lacan, per i quali esso è nel suo fondo inconscio.

Intanto, sul tema del desiderio, abbiamo una bella espressione di Ugo Volli quando dice: “[...] il desiderio è la *materia prima* più importante di un'economia in cui la capacità produttiva cresce sistematicamente, anzi, *deve* crescere [...] per mantenere [...] il proprio funzionamento”³. Certo, nel capitalismo la crescita deve essere infinita e obbligatoria affinché il sistema economico non crolli. Tutto

² *Ivi*, p. 5.

³ U. Volli, *Figure del desiderio*, Raffaello Cortina, Milano 2002, p. 7.

è funzionale a garantire questo imperativo e tutti sono chiamati a cooperare, anche attraverso il proprio plasmarsi e identificarsi come beneficiari della spinta desiderante. Arriviamo al punto di sentirsi più belli, se compriamo questo o quel prodotto. A tanti livelli, non sappiamo più distinguere il desiderio personale da quello che l'industria del desiderio propone. Ci sono industrie poderose che crescono producendo, suscitando desiderio.

Volli è preciso poi nel notare la differenza tra la produzione del desiderio e la soddisfazione che rimane immaginaria.

Certo, tutti provano un livello di soddisfazione reale e più spesso virtuale.

Volli fa intravvedere il peso della comunicazione: essa va molto oltre alla necessità di passare informazioni, al fondo è un modo di esercitare una soddisfazione virtuale.

L'autore dice, e questo è molto interessante, che esiste a livello collettivo una disgiunzione nell'ambito della soddisfazione: essa può e deve rimanere immaginaria e non reale. In altri termini possiamo parlare di un desiderio che viene alimentato affinché viva della sua spinta a esserci in quanto tale. La realizzazione non ha più importanza, ciò che è utile è l'operatività del desiderio. Il desiderio diventa dunque una funzione. L'esigenza del mercato, attuata attraverso la promozione del desiderio, è quella di suscitare identificazioni immaginarie. A ben vedere, in effetti, siamo nella presenza di tante società che cercano di vendere un valore aggiunto. È un po' come se dicessero: "non sto vendendo questo o quello, ma in questo vendere tu acquisisci un valore aggiunto che solo io posso darti. Diventando un consumatore di un certo computer, non solo acquisti un'immagine, ma condividi uno stile, un modo d'essere che dà un'identità"; "noi siamo quello che compriamo".

Questa modalità è molto più presente di quello che appare, anche se da sempre esistono identificazioni date da un'agenzia, diciamo così, che si occupa di costruire identità.

C'è sempre stata un'identità sociale e un'identità che si forma nella relazione all'Altro.

La situazione presenta una sua sottigliezza, si è d'accordo con l'idea secondo la quale per l'uomo la relazione all'oggetto è centrale, ma quando tocchiamo i tempi di oggi, diventa tutto decisamente ambiguo. Forse è anche vero che siamo in presenza di un mercato di consumo, ma esso risponde comunque ad un'esigenza di tenuta dei legami sociali. Il punto è vedere che cosa accade effettivamente.

Per questo tornerei ad una questione a cui Lacan teneva tanto, per lo meno intorno al 1960, e che, per nominarla, mantiene la dizione tedesca *Das Ding* e dice:

Das Ding è ciò che – nel punto iniziale, logicamente e quindi anche cronologicamente, dell'organizzazione del mondo nello psichismo – si presenta e si isola come il termine estraneo attorno

a cui ruota tutto il movimento della *Vorstellung* [...]⁴.

Lacan continuerà affermando che è su *Das Ding* che si incardina tutto il processo adattativo in quanto secondo lui il sistema simbolico si ritrova intrecciato con esso.

In altri termini l'oggetto, fondamentalmente da ritrovare, è l'oggetto perduto.

In realtà non è stato perduto nulla, non di meno lo dobbiamo ritrovare.

È molto interessante quello che dice Lacan a proposito della *Vorstellung*, perché la paragona a una rete, a una regolazione di una trama, di una intelaiatura di ricordi.

Appare l'idea del tracciato o di una concatenazione che ha come funzione quella di far funzionare il principio del piacere. Dunque i ricordi, la massa di immagini che possediamo, serve alla ricerca dell'oggetto perduto. Lacan dice che tutto questo, seguendo Freud, è regolato dal principio di piacere che agisce nei percorsi, diciamo, di ricerca e soprattutto nei percorsi di ritorno di questi andirivieni interni ai processi di memoria e di immaginazione.

Insomma, l'uomo è mosso dal perduto, si muove in fondo con un movimento paradossale, ha una rete di ricerca, mossa dal principio del piacere, per cercare qualcosa che ha perduto, ma non avuto. È come se si riuscisse a pensare all'oggetto nel processo stesso della ricerca. La costituzione dell'oggetto si attua nella sua ricerca. Nel frattempo, in questi percorsi si incontrano delle soddisfazioni che hanno come direttore d'orchestra il principio di piacere. La spinta al consumo lavora su questo ambito perché in fondo propone oggetti che nell'essere presi e scartati indicano che non c'è l'oggetto principe della soddisfazione, seppure contribuisca a crearlo in quanto oggetto, però, di una soddisfazione temporanea esposta al "non è questo".

L'ambiguità, di cui prima parlavo, sta nel limite di questo processo. Il limite lo troviamo nel tentativo di favorire un'identità delle persone che, effettivamente si raggiunge attraverso l'oggetto, ma non si tiene conto che, in realtà, si forma attraverso l'amore del soggetto per la propria immagine, come diceva Lacan.

In questo troviamo la cattura che produce la società dei consumi: promette un sostegno al proprio amore per l'immagine del corpo, ma lo fa attraverso una forzatura.

Una forzatura che appartiene di per sé al soggetto. Freud e soprattutto Lacan ci hanno insegnato a distinguere l'io ideale dall'ideale dell'io: abbiamo, da un lato, il miraggio dell'io e, dall'altro, la formazione dell'ideale. Il problema è che nella società dei consumi vi è una forzatura raddoppiata a favore dell'io ideale o, meglio, un'idealizzazione dell'io da cui il soggetto ne diventa dipendente.

In definitiva i consumi e la loro logica rinforzano una dipendenza costitutiva

⁴ J. Lacan, *Il seminario. Libro VII. L'etica della psicoanalisi*, cit., p. 55.

presente nei processi di identificazione.

Vi è in atto normalmente una dipendenza da un'immagine idealizzata, sul piano dell'identificazione: il problema è che questa immagine idealizzata è gonfiata dall'immersione del soggetto nella logica del consumo. Questo è un altro lato della fascinazione da cui si finisce per dipendere. Insomma, da quanto detto, possiamo evincere che la dipendenza è la dipendenza dall'immagine idealizzata. Attraverso le identificazioni, è vero, si forma questa dipendenza, ma il consumismo opera un rafforzamento di questa dipendenza fino a portarla a una vera dipendenza nei confronti dell'oggetto e, dunque, in questo possiamo vedere una forma reale della dipendenza, per lo meno per coloro che amano l'immagine idealizzata e vogliono rafforzarla.

Per tornare all'inizio, il tema è quello della fascinazione: che essa sia vista dal lato dell'istinto di morte oppure dal lato della dipendenza dall'immagine idealizzata, stiamo parlando della stessa cosa?