

CONSUMISMO E DISFATTA DELLA COPPIA MODERNA

*Estratto*

*La crisi della coppia moderna analizzata al suo esterno, ancor prima che all'interno, contestualizzata nell'evoluzione che capitalismo, mutamenti filosofici e sociali hanno determinato verso una società intimista, un'era individualista, un consumismo che non si ferma agli aspetti materiali del vivere ma contagia anche i rapporti umani, la relazione a due, il matrimonio.*

*In una prospettiva sociale, culturale della psicologia, una riflessione sull'ambiente che circonda il rapporto di coppia e, solo allora, un'analisi delle sue dinamiche interne, prive di significato, di "ancora", se sganciate dalla realtà più ampia nella quale sono inserite.*

La progressiva emancipazione dell'individuo dai suoi legami originari sembra aver raggiunto il suo culmine nella storia moderna, a caratterizzare un'ideologia non casualmente denominata individualistica (Dumont, 1983), una sorta di passaggio dalla predestinazione all'autodeterminazione, con tutta l'ansia, le possibilità ed i rischi che da esso derivano: libero mercato, capitalismo, protestantesimo, nascita delle grandi città stimolarono un'accentuata privatizzazione dell'esistenza e, contemporaneamente, conseguirono ad essa. Un'autodeterminazione alla quale non sfugge, ovviamente, la vita privata nonché, particolarmente, l'area dell'affettività.

Con l'adozione di un codice immanente e non più trascendente per la lettura del mondo, felicità personale ed autorealizzazione subentrarono al predominio del legame genealogico e della responsabilità verso la comunità (Stone, 1977); alla predestinazione, al vincolo, alla sicurezza, anche, come rovescio della medaglia dell'onere imposto dai legami e dalla convenzione, si sostituirono la scelta, il rischio, la mobilità sociale, il denaro. E tutto quello che ne costituisce l'oggetto, proprio in quanto scelto, venne caricato di nuove attese, aspettative la cui realizzazione è l'irrinunciabile ricompensa per il fatto stesso di averle scelte, di averle scelte tra molte altre, di averle scelte rischiando.

Da una sorta di "identità data" siamo arrivati, passando da un'identità "comprata", all'attuale "identità creata" (Francescato, 1998), apparentemente molto più libera e, proprio per questo, molto più difficile. La perdita dell'ordine rende obbligatorio – ma anche consente – un programma di vita interamente a carico dell'individuo, rendendo estremamente ambigua la posizione dell'essere umano: "possessore di un'inedita libertà ma chiamato ad onerose responsabilità, posto di fronte ad orizzonti illimitati, ma privato del suo prossimo orizzonte, di ogni ordine e certezza, proiettato in un futuro denso di innumerevoli promesse, ma costretto a scegliere nell'arco infinito delle possibilità" (Pulcini, 1996).

Sembrava che l'abolizione del dominio esterno fosse condizione necessaria e sufficiente per raggiungere la tanto aspirata libertà dell'individuo. E tuttavia l'uomo moderno, pur liberato dai legami originari, sembra non aver raggiunto la libertà, l'espressione delle sue potenzialità intellettuali, emotive e sensuali. Sembra invece che forti vincoli e legami persistano tuttora; seppur diversi, seppur invisibili (Fromm, 1977).

Quando l'economia capitalista industriale spinse "i compratori ad arricchire gli oggetti di significati personali al di là della loro utilità", gettando le basi per il consumismo, e la filosofia decretò che "i fenomeni appaiono reali in sé e per sé in quanto se ne ha esperienza immediata", nacque la "fede laica nella personalità, e quindi nella verità profonda delle apparenze". La categoria sociale della personalità invase la sfera pubblica, creando quella società intimista nella quale tutti i fenomeni sociali vengono trasformati in problemi personali, pena la nullità del loro significato. Le apparenze esteriori diventano "la chiave dell'io autentico di chi se ne ammantava", e poiché l'io è ciò che più conta, le apparenze esteriori sono la preoccupazione principale.

Un "mondo psicomorfico" si stava delineando: fugaci apparenze erano interpretate come "segni di un carattere intimo e permanente", le merci divennero "un'apparenza che esprime la personalità".

Fu nel commercio al dettaglio che apparvero le prime avvisaglie di una trasformazione della sfera pubblica: ogni oggetto fu investito di attributi antropomorfici, presupposto necessario affinché la mistificazione dei fenomeni pubblici operata dal capitalismo potesse avere successo; il cambiamento della vita economica,

infatti, da solo non spiega perché la gente fosse tanto disposta a credere nelle sue nuove dinamiche: in realtà, ciò che stava nascendo era “una nuova concezione del carattere” (Sennet, 1974).

Dalla “geografia pubblica” che caratterizza la vita dell’ancien régime, dalle immense parrucche ed i quotidiani trucchi teatrali, indossati e creati per la loro stessa esaltazione e non per quella di un significato altro, trascendente a cui rimandare, non implicanti nessuna necessaria decodifica, si passa, in virtù dell’immanente, al simbolo, al corpo “portatore visibile dell’identità di sé”: alla “società intimista” (Sennet, 1974; Giddens, 1992).

La personalità, invadendo la sfera pubblica, “acquisisce uno statuto indipendente, non più legato agli atti concreti compiuti”, ed è da questa scissione che nasce la nostra epoca. La maschera settecentesca diventa volto, ed ogni distanza dall’io viene annullata: tutto deve acquisire un significato personale.

Le spinte alla privatizzazione ed all’individualismo si unirono alla mistificazione della vita pubblica, a quella fede nelle apparenze esteriori suscitata dall’adozione di quel nuovo, immanente codice interpretativo della realtà. Allora, non si sa più cosa includere e cosa lasciare fuori: “tutto conta perché tutto potrebbe contare” (Sennet, 1974). E l’incertezza dilaga.

È dalla difesa da questo sentimento di dubbio ed impotenza che nasce la frenesia che caratterizza il tempo contemporaneo: l’iperattività e l’affanno diventano un mezzo per sfuggire a questo intollerabile stato di precarietà e nullità, soffocandolo (Fromm, 1941).

La pubblicità industriale, che iniziava a diffondersi in quegli anni, agiva, ed agisce tuttora, mediante un “disorientamento”, possibile grazie a questa sovrapposizione di immagini, attuabile a sua volta da un particolare modo di produzione e dalla credenza nella presenza universale del carattere umano. Cambiarono i bisogni: più ci si allontanava dal bisogno fisico, più si diventava suscettibili di persuasione e più frequente divenne il mutamento degli oggetti verso i quali erano indirizzati gli stessi: è l’avvento della moda, della folle corsa all’ultima novità, dell’illusione di possedere la facoltà di decidere cosa desiderare. Di quel paradosso che ci suggerisce come distinguerci obbligandoci a conformarci. Perché dobbiamo essere prevedibili. E l’autenticità è sempre difficilmente prevedibile.

Fu con la seconda guerra mondiale che si realizzò il passaggio dal capitalismo tesaurizzante a quello mercantile (Ariès, 1991): se inizialmente gli oggetti erano utilizzati fino al limite della loro fruibilità, in seguito saranno sostituiti molto più frequentemente. Il carattere mercantile, inoltre, basandosi sulla mercificazione dell’essere umano, considera il suo valore non come valore d’uso ma come valore di scambio.

Le azioni degli esseri umani, non più valutate oggettivamente nella loro essenza, assumono vari significati a seconda di chi le compie, la cui personalità viene inferita da dettagli ed apparenze. Ecco allora che l’affermazione dell’individuo nel mondo dipende dalla bella confezione con cui si presenta, dalla sua capacità di risultare vendibile. Metro di misura di tutto questo è essere richiesti, cercati, chiamati. Gli ipertecnologici mezzi di comunicazione consentono di non staccare mai la spina, di provare, ai nostri occhi e a quelli altrui, il nostro “valore”, la nostra quotazione sul mercato delle personalità. Dannosa non è la conferma ricercata e la dimostrazione sperata, quanto il prezzo pagato per ottenerle, quel camaleontico atteggiamento di adattamento a tutte le circostanze che quello stesso mercato impone. È l’alienazione, fenomeno che, nella molteplicità delle sue definizioni e dei suoi significati, ritrova sempre, nella sua intima essenza, la passività: “l’alienazione è essenzialmente l’esperienza del mondo e di se stessi passivamente, ricettivamente, da soggetto che è separato dall’oggetto” (Fromm, 1973): l’uomo che diventa estraneo a se stesso. E come potrebbe essere altrimenti, se è il mercato a determinare non solo il valore delle qualità umane, ma addirittura la loro stessa esistenza?

“Quantificazione” ed “astrattizzazione” diventano il criterio di traduzione non solo della sfera di produzione economica, ma delle varie sfere di esperienza umana. Indubbiamente rendono possibile la moderna produzione di massa, ma in una società nella quale le attività economiche sono diventate il pensiero principale dell’uomo, questi processi si sono estesi al suo atteggiamento “verso le cose, verso la gente e verso se stesso”. Se le qualità possedute da una persona non sono richieste sul mercato, essa non ne possiede alcuna, esattamente come una merce che, pur avendo la sua utilità, non sia domandata: il valore dell’individuo dipende, allora, da fattori a lui completamente estranei (Fromm, 1955; Fromm, 1941).

Nel nome della quantificazione nasce una società industriale in cui “tutto ciò che non è traducibile in denaro viene svalutato”, preparando il terreno ad una società post-industriale in cui ognuno è identificato dalla funzione che svolge piuttosto che dalla sua individuale soggettività. Una sorta di ritorno all’incompiutezza dell’individuo medievale. Incompiuto, appunto, non stordito. Non vi erano allora i presupposti culturali,

sociali, storici, affinché egli potesse emergere come soggettività indipendente, come personalità altra rispetto al luogo e alla famiglia di origine, al ruolo che il destino gli aveva assegnato. Ottenuti i presupposti, però, non arriva mai, di fatto, ad imporsi. Soffocato in un corpo-oggetto, nascosto dietro una maschera, irrilevante nella significazione di un discorso. E in seguito affannosamente ricercato e celato, frettolosamente indovinato, barattato con l'apparenza. Ma l'io in tutto questo dov'è?

Pubblicamente esposto nella sua falsa forma, forzatamente "trovato" nell'apparenza, esso, in realtà, è sempre stato nascosto. Fu la personalità ad invadere la sfera pubblica, non l'io.

I significati pubblici dell'individuo furono sempre più influenzati dalla sfera personale, ma questa, sommariamente dedotta da un'immagine fugace, in realtà aveva ben poco a che vedere con la sua vera interiorità. L'io non era il vero protagonista, come apparentemente si voleva credere, e non era infatti neppure libero nelle sue manifestazioni. Nascosto fino allora dietro rigide convenzioni, che prescrivevano il comportamento da adottare nelle varie situazioni, dopo la loro distruzione è lasciato solo di fronte alle innumerevoli possibilità di espressione. Non solo, ma per la fede in quelle "fugaci apparenze", sono proprio le prime impressioni, le più immediate, che definiscono l'io, che lo etichettano invariabilmente. E quella passività che consegue alla paura di sbagliare, quell'attesa delle istruzioni su come muoversi e quando, cosa provare, come vestirsi, come passare il tempo, è l'atteggiamento perfetto per una società sempre più dominata da un mercato che richiede, prima di ogni capacità (e quindi di ogni azione attiva), la capacità (passiva) di risultare vendibile. Richiede dunque adattamento, e chi meglio di un individuo dall'io debole, segregato, inutilizzato può riuscire a farlo, a diventare egli stesso strumento – strumento, si badi bene, non fine – di quel sistema sociale, economico, culturale che, per altro, ha contribuito a creare? Non aspettava altro che prescrizioni e definizioni preconfezionate, e le ha avute. A scapito, però della propria identità.

Al posto dell'identità individualistica del clan, si sviluppa il "conformismo da automi", ma l'autorità non è scomparsa, si è solo resa invisibile. E, proprio per questo, ancora più potente, perché ha cambiato la consapevolezza della sottomissione ad essa: non pretende, persuade, e mai verrebbe il sospetto dell'ordine perentorio che nasconde. Ha assunto le sembianze della scienza, della normalità, dell'opinione pubblica (Fromm, 1941).

Ci sono voluti secoli di battaglie e di condanne a morte affinché venisse ammessa la libertà di pensiero. La nostra civiltà, nella sua immensa contraddittorietà, l'ha professata ed istituzionalizzata. Rendendo legittima la sua prostituzione quale mera illusione al servizio del consumismo.

Un io precario e insicuro, viene puntellato dal *consumo* dei beni materiali, perché ora, nel limbo del carattere mercantile, è il consumo - e non più il possesso – che infonde soddisfazione. E, per l'apparenza e le impressioni immediate, "si è ciò che si ha, si è ciò che si appare" (Sennet, 1974). Basti pensare a quei capi di vestiario o accessori, in continuo mutamento, che vengono definiti dalle riviste del settore dei *must* di stagione: se non ne possiedi almeno uno, neanche esisti.

Se la cupidigia, un desiderio sfrenato di piaceri e beni materiali, è il nuovo principio del piacere, è perché è a tali beni che è stato consegnato l'io. E quei beni, che lo esprimono, diventano fondamentali e imperdibili; gratificano l'individuo, psicologicamente, ma non lo soddisfano. Perché quei desideri non hanno mai fine: dietro ciascuno di essi se ne nasconde un altro, ma dietro ogni desiderio non si nasconde l'io. E' il "rapporto di morte" che la modalità dell'avere instaura con le cose, l'avidità che ne è la naturale conseguenza.

Secondo tale modalità, ho bisogno di possedere un oggetto (o un soggetto) per goderne o farne uso, ho bisogno di scalare la montagna per riuscire ad apprezzarla, ho bisogno di recidere il fiore per ammirarne la bellezza. Ho bisogno di ricondurre tutto a me stesso, perché tutto deve sorreggere ciò che io non sono. E non posso perdere nulla: "se (...) sono ciò che ho e se ciò che ho è perduto, chi sono io?". È la grande differenza con la modalità dell'essere, poiché "se sono ciò che sono e non ciò che ho, nessuno può privarmi né della mia sicurezza né del mio senso di identità, e neppure minacciare di farlo" (Fromm, 1941). Non ho bisogno di centrare tutto su di me, poiché il mio centro ce l'ho. Sono io.

L'oggetto è investito di attributi antropomorfici che, attraverso il consumo, vengono inglobati nell'io, in una sorta di "cannibalismo oggettuale": dietro la definizione apparente c'è quella che chiamo "metadefinizione autoriferita", l'attribuzione di significati altri, trascendenti ed autoriferiti, il cui riferimento, però, non muove da un sé autentico, bensì da un nucleo di desideri e bisogni indotti al quale è dato l'abusatissimo nome di io.

Sono proprio i nuovi significati, i nuovi valori che i beni sottendono, a costituire la principale peculiarità del consumo di massa (Fabris, 1970): il consumatore non acquista prodotti, ma messaggi, significati. E' un po' quel "togliere anima al mondo" di cui parlava James Hillman: non facciamo "parlare" le cose del mondo, ma attribuiamo loro un significato non partendo dalla loro struttura, ma dal nostro io; ed è allora normale che il

viaggio, nell'esempio di Hillman, non venga definito per come è stato, ma in base al significato che *ha* avuto per chi lo ha vissuto (Hillman, 1982).

“La logica dell'individualizzazione (...) conduce a una battaglia per il 'proprio spazio', alla ricerca del sé, alla lotta per l'autorealizzazione” (Beck, Beck-Gernsheim, 1990); conduce ad una tendenza che fa dell'autoaffermazione una legge, non solo in ambito economico, ma sempre di più anche in quello privato. L'io è la massima preoccupazione perché è la logica stessa del mercato che lo esige: il capitalismo ha portato all'individualismo e l'individualismo è necessario al capitalismo. Ma i rapporti personali fondati su questa gloria riflessa, sull'ossessivo bisogno di trovarsi nell'altro, si rivelano effimeri e inconsistenti. Per amare devo essere *obiettivo*. Per provare amore per le cose e per le persone devo vederle “così come sono”, viverle come altro-da-sé, respirarne (aisthesis) il significato profondo, vivere, accettare e godere la loro differenza. Solo così posso conoscerle veramente. Come posso, altrimenti, amare ciò che non conosco? L'ignoto può suscitare paura, curiosità, attrazione, ma non amore. E questo non significa avere accanto queste cose e persone per lungo tempo e viverci quotidianamente. Si può passare l'intera vita accanto a qualcuno o a qualcosa senza conoscerlo veramente. Perché non lo abbiamo mai fatto parlare. E quando parlava non abbiamo ascoltato. Lo abbiamo investito di significati creati dal nostro io e forgiati su misura per noi stessi, e con questi abbiamo coperto il suo sguardo vero, soffocato le sue parole. Ma tutto questo non ha niente a che vedere con l'amore. È l'opposto del confronto e della libertà che esso richiede. È l'acqua in cui Narciso si specchia, senza rendersi conto di quanto sia torbida. Perché solo l'acqua torbida riflette le immagini esteriori. Quella limpida mostra il suo fondale, la sua parte più intima. E vera. Indubbiamente lo sguardo rischia di perdersi nell'abisso, ma pur nella difficoltà e pericolosità che sempre caratterizzano il 'guardar lontano', scopre qualcosa di nuovo, e non pre-giudica ciò che ha accanto fermandosi all'immagine che la superficie rimanda, ignorando la possibilità di un oltre, di un inedito ancora da scoprire.

E la pozzanghera di Narciso diventa un lago.

La somiglianza dei rapporti interpersonali con quelli economici era già stata rilevata da Freud tra le caratteristiche dell'individuo nella società capitalista: le relazioni umane acquistano una somiglianza impressionante con le trattative da mercato. Ma c'è da stupirsi, quando è il mercato stesso a determinare il valore delle qualità individuali dalla cui interazione nascono queste relazioni? Io credo proprio di no. E vedremo quanto il principio che anima la società capitalistica ed il principio dell'amore siano incompatibili (Fromm 1955).

Se sono gli oggetti, i beni di consumo, per quella fede nelle apparenze, a fare le persone, allora è altamente probabile che il modo in cui ci rapportiamo agli oggetti venga esteso anche a queste. Così come togliamo funzionalità ai beni di consumo, sovraccaricandoli di significati autoriferiti che non sono loro propri, togliamo “funzionalità” al rapporto di coppia, ignorando o sopprimendo la specificità dell'altro e riconducendo la sua stessa presenza alla nostra persona.

La *metadefinizione autoriferita* agisce anche nella relazione interindividuale, inducendo ad “arricchire” l'altro (in realtà ad impoverirlo) di significati che non fanno parte del suo io, ma del nostro. Analogamente al potere trascendente che attribuiamo al bene di consumo esposto in vetrina a discapito del suo senso reale, andiamo oltre la sua “utilità” e lo carichiamo di qualità, e quindi di compiti, che nulla hanno a che fare con la sua personalità, ma esclusivamente con noi stessi e le nostre aspettative. E lo facciamo perché è la nostra intima, profonda debolezza che ci impone di farlo. Perché quell'io bistrattato e mai affiorato è oggi più che mai chiamato in causa per dimostrare quanto sia autentico, rispettato e rispettabile, forte e sicuro di sé, unico ma uguale a tutti gli altri. E di fronte a tale continua, pressante responsabilità, confezionata in un messaggio paradossale, l'io crolla.

Il nostro tempo non è assolutamente caratterizzato da un eccessivo individualismo. È un eccesso di apparente individualismo dettato dalla mancanza di un individualismo vero. Impossibile da attuare in assenza di un io reale sul quale possa, con i suoi eccessi e le sue virtù, ergersi.

Siamo davanti all'incapacità di vivere la coppia perché non si è in grado di vivere prima come esseri autonomi. Il bisogno di mitizzare il partner nasce dalla non accettazione della sua realtà. E se non riesco ad accettare la sua realtà è, in fondo, perché non mi amo abbastanza (Rusconi, 1998); e non mi amo abbastanza perché non so chi sono.

Manca la concentrazione, e questo è un problema: “essere capaci di concentrarsi significa essere capaci di stare soli con se stessi, e questa capacità è una condizione precisa per l'arte d'amare” (Fromm 1956). Se l'indispensabilità del legame con l'altro si fonda sulla mia incapacità di reggermi in piedi, non è un rapporto

d'amore. Senza il superamento del proprio narcisismo, di quella disposizione d'animo profondamente malata che ci induce a togliere l'anima da tutto ciò che ci circonda, non arriveremo mai a provare amore. Perché "l'amore (...) è un potere dell'anima" (Bellah, 1996). Finché sentiremo come realtà soltanto ciò che esiste nella nostra interiorità e negheremo la realtà dei fenomeni esterni in se stessi, finché li considereremo soltanto dal punto di vista dell'utilità o del pericolo che rappresentano per noi, non li potremo conoscere.

E dunque non potrà attuarsi quella trascendenza, concreta però, che conduce all'amore. È una questione di *rispetto*, non in senso retorico ma etimologico: è il *respicere* (guardare), la capacità di vedere una persona com'è, di conoscerne la vera individualità; significa desiderare la sua crescita nel rispetto della sua identità, sentirsi uno con lei "così com'è e non come dovrebbe essere per adattarsi a me" (Fromm, 1956).

Solo in questo caso si può davvero parlare di amore. Tutto il resto è soltanto una sua pessima copia.

Posso arrivare a tanto solo se sono io indipendentemente dalla possibilità di potermi rispecchiare in qualcuno o in qualcosa, se non ho bisogno di metadefinizioni autoriferite: "l'amore è figlio della libertà", perché solo nella reciproca libertà posso davvero conoscere l'altro e, quindi, amarlo.

Tutta la difficoltà e la straordinarietà della coppia si concentra in questo mistero di due esseri che diventano uno pur restando due, e che hanno bisogno di restare tali proprio per poter diventare uno. Difficile da attuare se caratterizzata dalla richiesta di una relazione profonda e dalla sua contemporanea negazione, unico legame con la realtà di chi ha perso ogni legame, di chi considera l'altro da sé, che sia un nuovo acquisto o un essere umano, come conferma e rispecchiamento. Una svalutazione che rafforza la sensazione soggettiva di vuoto, spingendo verso l'instancabile ed incessante ricerca di un'intimità che allo stesso tempo è negata, incrementando il senso di noia perenne, di vacua lacuna e, dunque, verso un'ulteriore ricerca di qualcosa o qualcuno che la possa colmare.

Uomini e donne affrontano i rapporti personali calcolandone attentamente il rischio emotivo e proteggendo il più possibile se stessi da delusioni e sofferenze, pretendendo, però, allo stesso tempo, di trovare ricchezza e intensità nella relazione (Lasch, 1979). Nella nostra società competitiva e dedicata al culto della personalità, sussiste un duro ostacolo al pieno sviluppo dell'amore: la paura di non preservare intatta la propria individualità (Russel, 1949).

Ma per volare alto devo avere il coraggio di gettarmi nel vuoto, quel tanto che basta, almeno, prima di aprire le ali.

Si è parlato di "endemica paura dell'intimità" nel mondo occidentale (Francescato, 1992) ma, più che di paura, ritengo si tratti dell'impossibilità oggettiva di diventare realmente intimi: perché per riuscirci è necessario comunicare (e già questo di per sé non è semplice), ma soprattutto è necessario farlo dal profondo del proprio essere. E se non sappiamo chi è e dov'è, come possiamo farlo?

Più ci si avvicina ad un altro essere umano e più diventa necessario guardarsi dentro. E nel vedere la confusione, o il vuoto, che c'è, si scappa il più lontano possibile.

La *relazione pura*, modello relazionale tipico dei moderni rapporti di coppia (Giddens, 1992), può finire in qualsiasi momento. Richiede impegno e tuttavia, chiunque impegni se stesso senza riserve, rischia di soffrire in futuro, se la relazione dovesse esaurirsi.

Siamo dunque costantemente in bilico tra il desiderio di instaurare una relazione profonda, che però richiede intimità e impegno, e la tendenza a proteggersi da ogni possibile sofferenza che quell'impegno potrebbe apportare. Ed è un circolo vizioso dal quale è complicato uscire. Perché l'impegno può esserci solo se ci è data una strada nella quale impegnarsi; e il paradosso, indicandole tutte, in realtà non ne indica alcuna.

La possibilità, tuttavia, di definirci come soggetti distinti e consapevoli della nostra individualità, trasforma anche le nostre relazioni. Esse non sono più, o almeno non soltanto, un vincolo, bensì un campo di scelta. E nel cambiamento continuo della nostra quotidianità, quanto più vengono a mancare altri riferimenti di stabilità, tanto più il nostro bisogno di dare senso ed ancoraggio alla nostra vita si volge verso la relazione a due: l'amore diventa più necessario e più difficile che mai. Si trasforma nella quintessenza dell'individualizzazione e contemporaneamente nella promessa di salvare gli individui dalla individualizzazione (Beck-Beck Gersheim, 1990). Ma non può farlo.

Per la debole identità che produce nel suo seno, l'individualizzazione spinge a cercare affannosamente il "grande amore", ma porta anche a significare cose e persone partendo dall'io e collocando la sua realizzazione al primo posto. Carichiamo l'altro di aspettative che nulla hanno a che fare con la sua personalità, ma soltanto con noi stessi ed il nostro vuoto identitario da colmare. La delusione è inevitabile.

Cerchiamo l'io e l'io può trovarsi soltanto in noi stessi, non nell'altro. L'altro può essere un compagno di vita, un sostegno, un riferimento, anche una conferma, ma è, appunto, un Altro. Cerchiamo il nostro io in lui come lo cerchiamo nel *must* all'ultimo grido di cui il mercato ci impone il bisogno, nella satinata bottiglia

dell'ultimo profumo alla moda. E quando tocchiamo il fondo, chiaramente senza averlo trovato, la buttiamo per iniziare una nuova, perdente ricerca.

Ogni rapporto che l'individualismo tanto spinge a cercare, dall'individualismo verrà distrutto, percepito come insoddisfacente. Il bisogno di accrescere continuamente il proprio io, la voglia di stabilità, profondità e condivisione da trovare almeno nel rapporto di coppia (stabilità dalla quale invece, paradossalmente, il narcisista rifugge), portano ad una continua e ossessiva ricerca dell'anima gemella che è perdente già nelle sue premesse. Perché porta a desiderare e consumare, non a costruire: la coppia moderna consuma i rapporti, non li costruisce. La progettualità, componente fondamentale del rapporto di coppia, è invece la grande assente. Perché progettare significa impegnarsi, e abbiamo visto come la società odierna sbarri la strada all'impegno; perché ricorda troppo la passione: impegnarsi in qualcosa vuol dire provare passione per la cosa stessa, e non prestare attenzione a ciò che il sistema vuole indurci a pensare. Vuol dire essere insensibili alle scosse imbalordenti che sotto una parvenza di premura e dedizione ci vengono inflitte ogni giorno per tenerci buoni, per farci affezionare a quegli oggetti, modelli, abitudini che ci vengono imposti. Ho parlato di affezione, si badi bene, non di passione, perché il legame che si crea con l'oggetto-soggetto proposto-imposto non sia tanto forte da pregiudicare la sua prossima, fatale sostituzione: è la durata dei legami che spaventa, non la costruzione di nuovi. In una società a breve termine il mantenimento, anche nella coppia, di obiettivi a lungo termine, è un'impresa epica.

In quella tendenza narcisista nella quale siamo coinvolti, "il semplice fatto di impegnarsi con qualcun altro sembra limitare le occasioni di conoscersi a sufficienza e di incontrare la persona 'giusta'" (Sennet, 1974). Perché se niente, persona o cosa, è apprezzato in sé, per quello che è, ci sarà sempre qualcosa, o qualcuno, che potrà darci di più, e riempiremo il presente di ansia per la paura di averla perduta.

Manca, di fatto, l'accettazione ed il sano utilizzo della differenza. Ed incontrare l'altro significa esporsi all'abisso di essa. La differenza degli altri ci mette di fronte a noi stessi, al nostro limite, ma anche alla nostra unicità. Se invece ogni rapporto è vissuto in funzione dell'io, ogni rapporto diventa un legame, percepito come soffocante perché limita il suo sviluppo; percezione inevitabile fintantoché nel rapporto si cerca un "io" anziché un "noi": non c'è l'espansione che deriva dalla condivisione.

Se c'è chiusura rispetto al partner nella sua specificità di altro-da-sé, se si cerca nell'altro non un confronto, ma un clone delle proprie aspirazioni, ideali, pensieri, ci potrà essere soltanto l'affiancamento di due solitudini, ma non un profondo scambio d'amore. Ci sarà l'insoddisfazione che spinge a chiudere un rapporto ormai "stanco", che non dà più emozioni. E come potrebbe, se non lasciamo parlare l'altro, se non lo valorizziamo e ci valorizziamo nella sua differenza?

Necessariamente non vedremo nell'altro più nulla da scoprire. L'altro "non ci stupisce più". In realtà non lo ha mai fatto. Lo stupore iniziale era semplicemente dovuto alla reciproca coincidenza di gusti, interessi, speranze che ci aveva inizialmente illusi di aver trovato finalmente l'anima gemella, *l'altra metà della mela*. L'altra metà non vuol dire però la stessa per conformazione; vuol dire quella opposta, ma che combacia perfettamente. E quando l'ennesimo tentativo di trovare il nostro io è andato a vuoto, perché abbiamo cercato nel posto sbagliato, si chiude il rapporto per iniziare un altro, altrettanto fallimentare a meno che non vengano cambiate le premesse. E come, non a caso, si vuol dire, "ci si rimette sul mercato".

Ogni relazione viene ritenuta positiva solo se incoraggia la crescita ottimale del proprio "Io" e mantenuta soltanto finché sentiamo che ne vale la pena. Ma non è questo l'errore. È il criterio con cui giudichiamo la validità del gioco rispetto alla candela, ad essere sbagliato.

Una relazione d'amore è considerata buona perché "sembra la cosa giusta", perché si sente che quello è "il posto giusto" per se stessi (Bellah, 1985). E si pensa questo perché sappiamo di ricevere qualcosa in cambio. La scelta di un partner spesso avviene nell'ottica di uno strumento per lo sviluppo del sé, ed è, non a caso, la sensazione che il rapporto sia diventato un ostacolo alla propria crescita personale una delle motivazioni più addotte nei casi di separazione. Si rimane con l'altro fino a quando l'interazione con il partner aiuta a "creare" il Sé desiderato, dopodiché si cerca qualcun altro (Francescano, 1992).

È quel qualcosa che ci aspettiamo come contropartita che non va. Perché aspetto senza conoscere davvero ciò che l'altro mi può offrire, perché "io" gli ho attribuito un significato senza cercare di capire il suo, perché prima di fare qualsiasi cosa mi chiedo quanto (e non cosa) mi darà a sua volta. Perché, infine, trasferiamo nel rapporto con l'altro gli stessi criteri che applichiamo al supermercato: si cerca di vincere la banalità del quotidiano con la straordinarietà dei consumi, di supplire alle carenze dell'essere aumentando l'aver. "Quando un rapporto non soddisfa queste esigenze, siamo portati a concludere che il rapporto è sbagliato, anziché a mettere in discussione le nostre aspettative" (Sennet, 1974).

Questo tira e molla, questo compra e vendi continuo è proprio ciò che vuole ed a cui ci ha condotto il mercato, che ha prodotto l'individualizzazione e che dell'individualizzazione ha bisogno.

Creando in continuazione nuovi vuoti da colmare, si mantiene vivo il vero movente della modernità umana post-industriale, la molla vitale fondamentale che l'economia e la logica capitalistica esigono da ognuno: il desiderio. Non avere più nulla da desiderare è oggi considerato uno dei peggiori crimini verso il dio imposto dalla modernità: l'ego. Tant'è che chi vive in questo pacifico stato dell'essere viene tacciato di banalità, bloccato nella carriera, tagliato fuori dalla morsa del capitalismo che detta leggi quotidiane, che non permette di valorizzare e riscoprire ciò che si ha, ma impone di ammassare sempre di più.

È la legge dell'accumulo, anziché della riscoperta. E della fragilità. È la legge che ostacola la formazione di occhi diversi con cui guardare chi ci sta accanto, perché se riuscissi a "rinnovare" ai miei occhi il cappottino comprato due anni fa, difficilmente ne acquisterei oggi uno nuovo. E questo è proprio ciò che il mercato non vuole.

Non riusciamo a guardare alla luce dell'oggi, sempre diverso da ieri, le cose e le persone che abbiamo accanto. Dunque neppure e tanto meno il nostro compagno di vita; non riusciamo a reinnamorarci di lui/lei ogni giorno, alla luce del suo e del nostro cambiamento che quel nuovo giorno comporta, a riscoprire ogni volta, nel quotidiano, il mistero dell'altro-da-sé, a non considerare scontata e sempre uguale la sua presenza accanto a noi. E proprio l'incapacità di comprendere come, nella ripetizione, l'identico non sia più tale, sta creando una popolazione di individui sofferenti che continuano a spostarsi, affettivamente e corporalmente, e che si ritrovano sempre più stanchi, annoiati e insoddisfatti (Bonecchi, 1989). Individui che non possono rinnovare l'altro perché non hanno mai ascoltato il suo significato, troppo presi ad attribuirgli quello che, al momento, ritenevano il migliore per se stessi. Nessuna barriera da superare, nessun segreto da penetrare. Ma se riuscissi ad entrare nella vera profondità dell'altro, il miracolo di superare le barriere potrebbe rinnovarsi ogni giorno (Fromm, 1956).

La crisi del matrimonio emerge principalmente come difficoltà di istituzionalizzare il complesso dell'amore romantico che, almeno in apparenza, risulta l'ideale più diffuso e il fattore incontrastato di legittimazione del matrimonio: "il romance vive di ostacoli, brevi eccitamenti e separazioni; il matrimonio invece è fatto di consuetudine e vicinanza quotidiana. Il romance vuole 'l'amore lontano' dei trovatori; il matrimonio l'amore vicino" (De Rougemont, 1939).

Se dunque il matrimonio è stato determinato da un romance, è "naturale che, ossessionati dall'universale propaganda per il romance, si colga la prima occasione di innamorarsi di qualcun altro. Ed è del tutto logico che si decida immediatamente di divorziare per trovare un nuovo 'amore', che comporta un nuovo matrimonio, una nuova promessa di felicità; perché le tre parole sono sinonimi." Perché quella "propaganda per il romance" è la stessa propaganda per l'ultima novità che pervade le nostre giornate di consumatori, la stessa "passione" per ciò che ancora non si ha e l'impossibilità di significare ciò che già si possiede, l'ennesima concimazione di un desiderio continuo che mai, mai deve morire. È l'incapacità di amare il presente senza immaginarlo come assente, una fuga senza fine dinanzi al possesso.

Nell'era dell'individualizzazione che stiamo vivendo, la distruzione e la divinizzazione della famiglia avvengono contemporaneamente: idealizzazione della famiglia e divorzio, altro non sono che due aspetti dello stesso fenomeno. Il maggior numero di divorzi e separazioni, benché in Italia sia molto più contenuto che altrove, è paradossalmente l'effetto di una maggior importanza attribuita all'amore ed alla sessualità nell'ambito della vita coniugale.

"L'amore è figlio della libertà", lo abbiamo sottolineato, e l'idea che rappresenti un dovere può ucciderlo. Ed il matrimonio, come combinazione di amore e legalità, porta al fallimento di entrambe le cose (Russel, 1949); se vogliamo che porti davvero alla felicità, deve essere concepito in un modo nuovo e diverso, perché "l'amore come lo si concepisce oggi è la negazione pura e semplice del matrimonio che si pretenderebbe di fondare su di esso" (De Rougemont, 1939). L'amore viene scelto e contrattualizzato ogni giorno, ed ogni giorno vengono fissate nuove regole, che domani saranno già in discussione. Come può fondare un legame istituzionalizzato che trova il suo senso nella durata, regolamentato dagli articoli di una legge scritta, da sottoscrivere oggi e che durerà per sempre?

Si è voluto (pressappoco) mantenere la struttura istituzionale e legislativa che lo sosteneva quando i suoi valori si chiamavano religione, vincolo, indissolubilità, identificazione sociale, valori che non venivano presentati all'individuo per poi essergli negati, ma che gli venivano imposti e basta. E che l'individuo seguiva perché ci credeva, perché non aveva tempo, risorse culturali e motivazioni valide per ribellarsi ad essi, perché era incompiuto e, in realtà, inesistente se non nella massa.

Ma oggi che i suoi valori si chiamano laicità, relazione, terminabilità, le vecchie impalcature non hanno retto più. Il matrimonio ristagna al di fuori di esse e al loro interno vi sono rimaste soltanto tracce dimenticate della vecchia istituzione.

La relazione d'amore, anche nella sua sfera più intima, si separa dalla necessità riproduttiva e si fonda sulla scelta. Ma, ennesimo paradosso incontrato nel nostro percorso, l'inedita libertà e lo stesso diritto di esistere concessi alla sessualità, sono diventati anche la sua prigione: se da un lato "un eros svincolato dagli obblighi riproduttivi può aiutarci trovare nuovi linguaggi per nominare l'amore" (Melucci, 1991), dall'altro "il sesso è rimasto imprigionato in una ricerca dell'identità di sé che l'attività sessuale da sola può soddisfare soltanto in maniera parziale" (Giddens, 1992).

La sessualità moderna, solo apparentemente più libera, si avvicina al "costante rifiuto del piacere che è in realtà un'affermazione del primato dell'Io" (Sennet, 1974). L'amore fisico non è più vissuto in termini di erotismo, ma di sessualità. Se l'erotismo implicava dei rapporti sociali, la sessualità attiene all'identità personale e, soprattutto, è diventata una rivelazione dell'io: una nuova schiavitù. È la sessualità di un carattere tendenzialmente narcisistico, di un individuo che crede di attuare il superamento dei confini del Sé e la fusione con l'altro, mentre in realtà si abbandona, in una dimensione unicamente genitale, ad una ricerca incessante e frustrante di se stesso, ad un odio inconscio per ciò che desidera, tale da sciupare, in ultimo, ciò che viene incorporato, finendo per sentirsi sempre più vuoto e frustrato (Kernberg, 1995; Sennet, 1974).

In questo passaggio dall'erotismo alla sessualità, la seduzione è stata abbandonata ed il suo posto è stato preso dalla "relazione". "Seduzione" significava per una persona, e non necessariamente per un uomo, "risvegliare in un'altra un sentimento tale da infrangere i codici sociali" (Sennet, 1974); la moderna relazione, invece, rifiutando l'idea che l'amore fisico sia un atto sociale, sopprime questa infrazione e, dunque, la seduzione stessa. Perché la seduzione è l'esatto contrario dei rapporti vissuti in termini economici di domanda e offerta sul mercato (Rusconi, 1998), rapporti che tendono all'eliminazione delle differenze tra i sessi ma non alla loro valorizzazione, ad una standardizzazione spacciata per uguaglianza. E mentre la "polarità dei sessi" va scomparendo, scompare anche l'amore erotico che su essa si appoggia.

Non solo. Quanto più la sessualità è ridotta al corpo, tanto più difficile diventa la simbolizzazione dello stesso (Sennet, 1974). Si diffonde allora quell'impoverimento dell'immaginazione che tanto caratterizza la nostra epoca e la conseguente diffusione di materiale pornografico che, appunto, nulla lascia all'immaginazione. E che fa tirare un sospiro di sollievo riguardo all'intimità.

È l'estremo impiego di una sessualità che, non più idonea ad instillare nella gente il senso di colpa, viene utilizzata per intormentirla. La sovrabbondanza di questi messaggi, privando il sesso della sua carica erotica e riducendolo alla dimensione genitale, esorcizza l'ansia e l'insicurezza nei confronti della sessualità, ma smorza anche quella tensione erotica che è la molla profonda della relazione (Melucci, 1991). Difficoltà e disfunzioni, allora, in costante aumento, diventano il rivelatore e lo stigma di quel senso diffuso di inadeguatezza, il segnale dell'impasse per dover essere sempre se stessi e non poterlo essere mai abbastanza. E, forse, anche della paradossale condanna e della fedeltà, e del tradimento.

La fedeltà non può essere un astenersi dal fare. La fedeltà è un'azione (De Rougemont, 1939). Ma "solo colui che ha fede in se stesso è in grado di essere fedele agli altri" (Fromm, 1956), e l'uomo moderno, incapace di accettare l'altro nella sua realtà perché dovrebbe anzitutto accettare se stesso, "non sa più né amare né possedere ciò che in realtà gli appartiene" (De Rougemont, 1939), è incapace di amare il presente senza immaginarlo come assente.

Noi conosciamo la fedeltà come valore e l'infedeltà come disvalore. Ma è veramente così? O, perlomeno, in senso così assoluto? O il messaggio di Nietzsche può aiutarci a scoprire, dietro la "virtù", il vizio da cui è generata, la debolezza che deve coprire, la paura che ne fu creatrice?

Questo non vuol dire "viva il tradimento". Vuole semplicemente sottolineare la vacuità e la stupidità del "per sempre" e del "non lo farò mai", imparare ad amare oggi, nel qui ed ora, e tuttavia rendere pensabile quel prezioso "addio" che rende liberi e riconquistabili ogni giorno. Che ci fa scegliere, ogni giorno, la persona che abbiamo accanto.

Ritorna, ancora, il tema della scelta: l'unico punto di partenza per una reale fedeltà, il nostro destino, la nostra condanna. È la grande ricchezza al bivio della modernità: la facoltà non solo di scegliere quale sentiero seguire, ma soprattutto la possibilità di tracciarne uno con i propri passi.

### *Riferimenti bibliografici*

- Aries Ph. [1991], *La contraccezione di una volta*, in Duby G. et Al., *L'amore e la sessualità* (trad. it.), Dedalo, Bari, 1994.
- Beck U., Beck-Gernsheim E. [1990], *Il normale caos dell'amore* (trad. it.), Bollati Boringhieri, Torino, 1996.
- Bellah R.N. et al. [1985], *Le abitudini del cuore. Individualismo e impegno nella società complessa* (trad. it.), Armando, Roma, 1996.
- Bertin G.M. [1995], *Educazione alla ragione. Lezioni di pedagogia generale*, 6° rist., Armando, Roma.
- Bonecchi A. [1989], *La via dell'amore. Saggio sulla relazione amorosa*, Tranchida, Milano.
- De Saint-Exupéry A. [1943], *Il Piccolo Principe* (trad. it.), Bompiani, Milano, 2002.
- Dumont L. [1983], *Saggi sull'individualismo: una prospettiva antropologica sull'ideologia moderna* (trad. it.), Adelphi, Milano, 1993.
- Fabris G. [1970], *Il comportamento del consumatore. Psicologia e sociologia dei consumi*, Franco Angeli, Milano,
- Francescato D. [1998], *Amore e potere. La rivoluzione dei sessi nella coppia e nella società*, Mondadori, Milano,
- Francescato D. [1992], *Quando l'amore finisce*, Il Mulino, Bologna.
- Fromm E. [1977], *Avere o essere?* (trad. it.), Mondadori, Milano, 1999.
- Fromm E. [1941], *Fuga dalla libertà* (trad. it.), Mondadori, Milano, 1999.
- Fromm E. [1956], *L'arte di amare* (trad. it.), 6° rist., Mondadori, Milano, 1999.
- Fromm E. [1973], *L'uomo secondo Marx*, in AA.VV., *Alienazione e sociologia*, Franco Angeli, Milano.
- Fromm E. [1955], *Psicanalisi della società contemporanea* (trad. it.), Mondadori, Milano, 1987.
- Galbraith J.K. [1967], *Il nuovo stato industriale* (trad. it.), Einaudi, Torino, 1968.
- Gaudemet J. [1974], *La comunità familiare*, in AA.VV., *Famiglia e matrimonio nel capitalismo europeo*, a c. di A. Manoukian, Il Mulino, Bologna,
- Giddens A. [1992], *La trasformazione dell'intimità. Società, amore ed erotismo nelle società moderne* (trad. it.), Il Mulino, Bologna, 1995.
- Hillman J. [1982], *L'anima del mondo e il pensiero del cuore. La tradizione dell'umanesimo italiano alle radici della psicologia archetipica* (trad. it.), Garzanti, Milano, 1993.
- Horkheimer M. [1974], *L'autoritarismo e la famiglia*, in AA.VV., *Famiglia e matrimonio nel capitalismo europeo*, a c. di A. Manoukian, Il Mulino, Bologna.

- Kernberg O. [1995], *Relazioni d'amore. Normalità e patologia* (trad. it.), Cortina, Milano, 1995.
- Lash C. [1979], *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive* (trad. it.), Bompiani, Milano, 1981.
- Laurent A. [1993], *Storia dell'individualismo* (trad. it.), Il Mulino, Bologna, 1994.
- Melucci A. [1991], *Il gioco dell'io. Il cambiamento di sé in una società globale*, Feltrinelli, Milano.
- Possenti V. [1987], *Secolarizzazione e mondi vitali*, in Balducci E. et al., *Il destino dell'uomo nella società post-industriale*, s.l., Laterza, Roma-Bari.
- Pulcini E. [1996], *Tra Prometeo e Narciso. Le ambivalenze dell'identità moderna*, in AA.VV., *Identità e politica*, a c. di F. Cerutti, Laterza, Roma-Bari.
- Rougemont D. De [1939], *L'amore e l'Occidente. Eros, morte, abbandono nella letteratura europea* (trad. it.), Biblioteca Universale Rizzoli, Milano, 1998.
- Rusconi M. [1998] *Amati amanti. Liberazione sessuale e nuove coppie*, Marsilio, Venezia.
- Russel B. [1949], *Matrimonio e morale* (trad. it.), Longanesi, Milano, 1975.
- Schaff A. [1977], *L'alienazione come fenomeno sociale* (trad. it.), Editori riuniti, Roma, 1979.
- Sennet R. [1974], *Il declino dell'uomo pubblico. La società intimista* (trad. it.), Bompiani, Milano, 1982.
- Sennet R. [1999], *L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale* (trad. it.), Feltrinelli, Milano.
- Shorter E. [1975], *Famiglia e civiltà* (trad. it.), Rizzoli, Milano, 1978.
- Stone L. [1977], *Famiglia, sesso e matrimonio in Inghilterra tra Cinque e Ottocento* (trad. it.), Einaudi, Torino, 1983.

## MANUELA FOGLIAZZA

Pedagogista e Mediatore Familiare, Consulente Tecnico del Tribunale di Prato, Conciliatrice alla Camera di Commercio di Prato, è Cultrice della Materia per l’Insegnamento di Psicologia Sociale presso la Facoltà di Scienze della Formazione dell’Università di Firenze.

Responsabile del Centro Servizi Famiglia – Progetto PER.FA.RE. (Persona, Famiglia, Relazioni) – su incarico del Comune di Prato.

Libero Professionista, è promotrice del Servizio di Mediazione Familiare e Consulenza Pedagogica. Giornalista pubblicista, è membro dell’A.I.Me.F. (Associazione Italiana Mediatori Familiari), e Presidente Provinciale F.I.PED - Prato (Federazione Italiana Pedagogisti) .

E-mail: manuela.fogliazza@virgilio.it