

APPUNTI, 6  
*Politica*

Si ringrazia la redazione della rivista AUT-AUT che ci ha permesso la pubblicazione dei due saggi di Ágnes Heller, che sono stati letti per la prima volta in italiano, sui i numeri della prestigiosa rivista rispettivamente: “La teoria, la prassi e i bisogni umani”, n°135 (1973), “La teoria marxista della rivoluzione e la rivoluzione della vita quotidiana”, n° 127 (1972).

a cura di  
Emiliano Bazzanella

# Ágnes Heller tra Marx e Foucault

Il sov e il coraggio di dire la verità  
*di Emiliano Bazzanella*

La teoria, la prassi e i bisogni umani  
*di Ágnes Heller*

La teoria marxista della rivoluzione e la rivoluzione  
della vita quotidiana  
*di Ágnes Heller*

**abiblio**

---

forum per utopie e skepsis

Prima edizione: luglio 2011

abiblio è un marchio editoriale di

© Servizi Editoriali srl

Via Donizetti, 3/a - 34133 Trieste

tel: 0403403342 - fax: 0406702007

posta: info@abiblio.it - info@asterios.it

www.abiblio.it - www.asterios.it

I diritti di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento totale o parziale  
con qualsiasi mezzo sono riservati.

ISBN: 978-88-97158-02-8

## INDICE

1. Il SUV e il coraggio di dire la verità  
*di Emiliano Bazzanella, 9*
2. La teoria, la prassi e i bisogni umani  
*di Ágnes Heller, 27*
3. La teoria marxista della rivoluzione e la rivoluzione  
della vita quotidiana  
*di Ágnes Heller, 49*

## Il SUV e il coraggio di dire la verità

di Emiliano Bazzanella

Le strade delle nostre città sono oggi sempre più dominate da un dispositivo tecnologico nuovo. Si tratta del cosiddetto SUV, acronimo di Sport Utility Vehicle, un'automobile corazzata che deriva dai mezzi militari utilizzati nella prima guerra del Golfo dagli Stati Uniti. Le loro dimensioni sono mastodontiche. I loro consumi energetici altrettanto. Eppure questi piccoli carrarmati stanno proliferando sempre di più, intasando le vie dei centri urbani in una competizione che si basa soprattutto sulla possanza e sulla grandezza dell'involucro metallico, oltreché sulla potenza dei motori. Tutto sembra logico, quasi normale, persino razionale. Invece non lo è affatto: laddove infatti le macchine stanno aumentando in modo impressionante di numero e laddove uno dei problemi fondamentali della nostra epoca è quello dell'inquinamento urbano (dal benzene e dalle sostanze alifatiche per arrivare alle polveri sottili e alle nanoparticelle), la risposta dell'uomo è quella di raddoppiare le dimensioni dei mezzi (senza peraltro un incremento significativo della capienza interna) e di utilizzare inutilmente motori potenti, dispendiosi ed inquinanti.

Potremmo giustificare il paradosso tirando in ballo il profitto e i meccanismi dell'economia tardocapitalistica: sì, è vero, il gioco può anche apparire inutile, assurdo, contraddittorio o – se proprio vogliamo – stolto, ma però attorno ad esso catalizziamo forze produttive, investimenti di capitali, in fondo un incremento generalizzato del benessere comune. In quest'ottica, d'altra parte è proprio il consumismo, per quanto acefalo e psicotico, ad

incarnare il vero comunismo, l'essere tutti apparigliati in un consumo tanto smodato ed esorbitante, quanto egualitario e trasversale sicché ciascuno di noi, cittadino medio di un Occidente tramontante, possiede l'automobile, gli elettrodomestici, il telefonino, l'iPod, etc..

Questa spiegazione tuttavia non è sufficiente. Non possiamo pensare al giovane lavoratore salariato che, con la scusa di una famiglia un pò allargata, acquista a rate e con molti sacrifici un mezzo che a malapena risulta più comodo e funzionale della sua vecchia automobile. Nel SUV si catalizzano altri elementi che hanno a che fare con il desiderio, con il cosiddetto "valore di scambio", con l'acquisizione di un sur-plus simbolico come la volontà di esprimere il proprio ruolo sociale e il prestigio che ne consegue. Infine, con qualcosa che ha a che fare con il "reale" o se vogliamo con un bisogno "primario".

Il SUV, ad esempio, è rassicurante! Non alludiamo soltanto alla sua struttura più compatta, alla tenuta di strada ineccepibile, all'ABS, a quella dozzina di air-bag sparsi ovunque. Ciò che offre il SUV è una risposta ad un bisogno di sicurezza che non si riferisce affatto ai cosiddetti bisogni fittizi creati dall'ingranaggio dei consumi, ma è il segno del dispositivo di potere e di sapere che sorregge oggi la nostra società. Allorquando le grandi narrazioni o i *metarécits* – come le chiamava Lyotard – si sono frammentate in una miriade di microcosmi narrativi specializzati, l'uomo ha iniziato ad esperire una condizione nuova, molto più incerta e problematica. Egli ha scoperto il rischio dell'Altro, acuito dai grandi e ineludibili processi migratori che hanno caratterizzato e continueranno a caratterizzare il nostro tempo. E la sua reazione nei confronti dell'Altro è quella d'una difesa eccessiva e fuori misura, che si palesa a partire dall'incremento del mercato assicurativo, ad esempio, (nella misura in cui le assicurazioni "rassicurano" e danno senso anche alle catastrofi più inimmaginabili), oppure dalla diffusione della professione del matematico attuariale che è in grado di

prevenire ogni tipo di rischio, per finire con le cosiddette “guerre preventive” e con il controllo sempre più capillare delle città metropolitane attraverso microcamere, body-scanner, intercettazioni telefoniche, etc.. In breve, l'uomo occidentale del XXI secolo ha paura e ha bisogno di sicurezza, ed è su questa paura e su questa sicurezza che fanno presa le malie incantatorie ed illusorie del mercato.

Il SUV insomma come follia quotidiana non può essere compreso soltanto sulla scorta dei meri meccanismi del mercato e del consumo. Esso ha a che fare con la dimensione dell'Altro e, nelle modalità che in questa sede cercheremo di delineare, con la nozione in sé contraddittoria del “bisogno”. Ciò significa che il capitalismo non inventa soltanto necessità fittizie attraverso una moltiplicazione di bisogni inutili, ma si radica su una strutturazione profonda del soggetto, innestandosi direttamente e in maniera inconscia su quell'Altro che abita il nostro stesso corpo e che sin da piccoli cerchiamo di addomesticare con l'aiuto del linguaggio e delle conoscenze. A partire da qui inoltre dobbiamo iniziare ad indagare sulle possibilità di un disinceppamento di siffatto meccanismo a *double bind*, per ritrovare una sintonia effettiva tra razionalità e bisogni reali, senza le distorsioni alienanti del sistema tardocapitalistico.

Per approcciare quindi la questione aperta dalla follia del SUV, dovremmo iniziare da alcune domande che oggi paiono quantomai attuali. Che cosa possiamo salvare di Marx? Può essere ancora oggi condivisa per certi aspetti la sua analisi economica e sociale? In un'epoca di crisi come quella attuale, le intuizioni marxiane di un capitale astratto divenuto terribilmente reale e di un neo-impoverimento delle società occidentali dopo quasi due secoli di incremento delle ricchezze paiono acquistare una nuova autorevolezza, appena inficiata dai fallimenti del socialismo reale. Noi vorremmo tuttavia tentare una sorta di aggiramento della questione ed evidenziare come oggi

emergano piuttosto delle contraddizioni implicite sia nella società capitalistica che nel comunismo così come realizzato storicamente a partire dalle teorie di Marx. Non si tratta più allora di valutare quali siano ancora le tesi marxiane capaci di chiarire la pur sempre difficile comprensione della contemporaneità, ma di utilizzare lo stesso Marx come una sorta di crivello ermeneutico in grado di far affiorare le *impasses* del sistema cosiddetto tardocapitalistico in quanto associabili alle *impasses* equipollenti dell'utopia comunista.

Nel 1993 Derrida scrive *Spettri di Marx*, nel quale egli mette in luce come il filosofo tedesco sia sempre stato ossessionato dai fantasmi, ma alla fine sia divenuto lui stesso un fantasma. La spettralità, in effetti, integra una dimensione differente rispetto a qualsiasi forma di ontologia: lo spettro *non-è*, ma *quasi-è*, secondo uno statuto "misto" ed ambivalente. I fantasmi di Marx sono il lavoro astratto, l'opacità sociale a causa della quale le strutture della produzione materiale sono ricoperte ed offuscate da infinite stratificazioni sovrastrutturali, l'estensione progressiva e necessaria del capitalismo, ossia quella che oggi chiameremmo "globalizzazione". Marx ha paura di queste forme spettrali o "hantologiche" (in contrapposizione a quelle "ontologiche", cioè riguardanti l'essere), che gli si manifestano come l'Altro *tout court*: l'alienazione, l'essere-altro che noi stessi siamo si gioca proprio nella generalizzazione ed astrazione dei nostri pensieri, quando cioè il lavoro reale diviene quantità misurabile e scambiabile, quando il capitale, da entità inesistente diviene quasi-esistente, quando infine il dispositivo di potere dell'organizzazione sociale borghese, ancorché opaco e indiscernibile, si fa paradossalmente efficace e performativo. In sostanza si tratta di comprendere le ragioni attraverso le quali il bisogno astratto ed intimo di sicurezza si trasforma all'improvviso nel bisogno collettivo ed estrinseco del *suv*.

*L'ideologia tedesca* (1847), d'altra parte, venne scritta

da Marx in gran parte con l'intento di scardinare le ipotesi di M. Stirner, che si focalizzavano sulla prevalenza dell'individuo e del singolo nei processi collettivi o "comunitari" che sostengono la società. Ma anche Stirner aveva paura dei fantasmi: il singolo, il soggetto isolato nella sua irripetibilità costituisce anch'esso una forma di alienazione, è l'altra faccia dell'Altro. L'io, l'uno, insomma, è già paradossalmente una forma di alienazione e l'intero edificio della psicanalisi sembra giocare all'interno di questa schisi o allotropia, come diceva Foucault. Entrambi gli autori, dunque, nella loro paura per lo spettro, oscillano tra i poli opposti di una visione della realtà che sorprendentemente può apparire omogenea: sia Stirner che Marx, infatti, temono l'Altro, cercano di scansarne gli effetti pur erigendolo a motore fondante di tutta la realtà sociale. In altre parole, sia la società capitalistica basata sull'individualismo e la proprietà, sia l'ideale di una società disalienata basata sul pubblico non sarebbero che altrettante forme alienate e, quindi, giocate su un paradossale rapporto con l'Altro.

Veniamo allora ad Ágnes Heller, filosofa ungherese allieva di G. Lukács, che sembra tentare un superamento critico del marxismo "scolastico" degli anni Cinquanta, per intraprendere una via che pare attraversare le istanze spettrali messe in luce da Derrida a proposito di Marx e Stirner. Nei due scritti del 1968 e 1973 che qui introduciamo, assistiamo da un lato all'esigenza di rivisitare la prassi rivoluzionaria, cioè – in un linguaggio più coerente con i nostri tempi – di valutare le potenzialità performative di una determinata teoria; dall'altro all'emergere di quell'istanza della "vita quotidiana" che sembrerebbe voler coniugare l'unicità stirneriana con l'infatuazione (e il timore) per il generale e l'astratto da parte di Marx.

L'analisi della vita quotidiana della Heller, che sfocia poi in una teoria articolata dei bisogni, ripropone così il tema dell'Altro in una forma che potrebbe ricordare l'ospitalità derridiana. Il *bisogno* infatti è ciò che condensa

le due facce spettrali dell'Altro, l'*hospes* che è anche *hostis*, nemico: l'ospite è l'Altro che nella sua visita improvvisa irrompe nel "proprio" e diviene paradossalmente "padrone". D'altra parte l'etimologia del termine "bisogno" correla tra di loro la "necessità" con il "desiderio" e una dimensione che potremmo definire onirica (dal francese *besoin*, da cui anche *somnium*, sogno), nonché convoca il registro della "visione" (il tedesco *sehen*). Ci troviamo insomma innanzi ad un intreccio abbastanza fitto, nel quale istanze in apparenza eterogenee, se non divergenti, collassano in una sola figura. Il bisogno è qualcosa che perdura e sempre ritorna, cioè possiede i caratteri del "reale" lacaniano; ma è pure qualcosa come l'oggetto del desiderio, a sua volta ricoperto da una sorta di cortina spettrale. In breve, ciò che sembra suggerirci la Heller è che un'azione emancipatoria nei confronti dei villi del capitalismo e della società dei consumi deve passare necessariamente attraverso una decostruzione della figura fantasmatica del bisogno e, quindi, nei modi che dobbiamo ancora analizzare, della soggettività. L'Altro terrifico del capitale astratto "divenuto-reale" e trascendente può essere addomesticato all'interno della vita quotidiana, ma a prezzo di un'altra "contaminazione" con l'Altro, cioè quella che sorregge e sostanzia il bisogno nella sua essenza individuale e "reale". Si tratta insomma, per certi versi, di "giocare" con l'Altro, esponendosi e mettendosi in gioco, rinunciando alle incrostazioni difensive di cui ci siamo ricoperti.

Non dobbiamo tuttavia affrettarci troppo lungo questa via. Per comprendere meglio i singoli passaggi è indispensabile innanzitutto un inquadramento della nostra prospettiva e, pertanto, un chiarimento di alcune nozioni che abbiamo in parte desunte da J. Lacan. Partiamo innanzitutto dal registro del "reale" che abbiamo più volte menzionato con una certa leggerezza, a dire il vero: il reale – ci dice Lacan – ha uno statuto essenzialmente contraddittorio, poiché si colloca al di fuori di qualsiasi *lógos*. Può esse-

re de-scritto o in-scritto soltanto da una non-descrizione, ossia in seguito al fallimento del linguaggio. Laddove la parola viene meno – come nel godimento, ad esempio, oppure nel dolore intenso e nell’angoscia – ecco che in quel luogo o non-luogo si manifesta il reale. Nel plus-godere che contorna e consegue l’acquisto del SUV è in gioco infatti un rapporto con quel reale che si manifesta nel bisogno di sicurezza o, se vogliamo, nella paura. Non c’è soltanto il piacere per lo status symbol o per l’immagine curvilinea e accattivante dell’oggetto: viene toccato un nervo più profondo che però è dell’ordine dell’indicibile, dell’*out-of-joint*, della disgiunzione.

Per queste ragioni il reale è “tichico” (dal greco τύχη: “fortuna” ma anche “incontro”): il suo “incontro” è sempre casuale ed eventuale, e può essere ricordato e razionalizzato soltanto *après coup*, “dopo il colpo”. E tuttavia il reale – osserva Lacan – torna sempre allo stesso luogo ed è come se fosse appiccicato sotto la suola delle nostre scarpe. Esso, dunque, non è solo l’evento irripetibile del “là-fuori”, ma è qualcosa che permane e che nel permanere intride noi stessi, il nostro corpo e la nostra carne: *mutatis mutandis* è il reale del capitale astratto nella sua irragionevolezza e nello stesso tempo il reale del nostro corpo e della nostra individualità più propria.

Il reale inoltre, anche se legato al godimento, fa paura; e uno dei problemi del soggetto e del divenire-adulto del bambino è forse quello di addomesticare questo reale o Altro che ci portiamo addosso sin dalla nascita e che ci assilla anche dall’esterno. Il SUV, allora, per certi aspetti è in rapporto con il reale nella misura in cui lo differisce e lo occulta: esso, nello stesso processo, fa affiorare l’Altro che è in noi e che temiamo, e lo nasconde simultaneamente con il gioco delle illusioni immaginarie sulle quali si radica il mercato.

Dobbiamo segnalare tuttavia che non sempre Lacan sarebbe stato d’accordo con la nostra sovrapposizione tra la dimensione dell’Altro e il reale: nel corso della sua

opera assistiamo infatti ad una costante ambiguità, una tensione od oscillazione tra il grande Altro in quanto “luogo del linguaggio” e dell’alienazione del soggetto, e l’Altro in quanto “Tu”, ovvero il reale primordiale dell’incontro “faccia a faccia” con il prossimo o l’estraneo (il volto d’*Autrui* di Lévinas). Ora, ciò che pare insegnarci Marx a questo riguardo è che il capitale astratto e quantificabile, ossia simbolizzato, può divenire-reale, cioè può trasformarsi in una realtà “estranea” e vessante, sebbene derivi da una produzione dello spirito umano. Si tratta dunque del grande Altro del linguaggio che incatena il soggetto ad una dimensione alienata; ma questo “Altro” è anche il reale di cui siamo in-carnati, è quella che Lacan definisce un pò enigmaticamente “sostanza godente”. Nel SUV o, meglio, nel bisogno del SUV è implicata questa duplicità anfibolica, sulla quale tuttavia fa il suo gioco perverso il sistema dei consumi.

Un chiarimento di questi intrecci indubbiamente aggrovigliati e difficili da sciogliere lo possiamo trarre dall’assunzione del cosiddetto paradigma “immunitario” che sembra prevalere oggi in certe correnti di filosofia politica (vedi al riguardo l’opera di R. Esposito): l’uomo come individuo e la comunità degli uomini non mirerebbero che al conseguimento di un certo controllo e di una certa padronanza nei confronti dell’Altro-reale. Ma questo controllo e questa padronanza, esattamente come nel nostro sistema immunitario, non possono avvenire se non attraverso una “contaminazione” con l’Altro, una sorta di imbricazione: l’ospitalità derridiana, insomma. Nell’immunizzazione dev’essere assunto l’Altro in dosi minime e controllabili, ma l’immunizzazione stessa può eccedere e diventare letale: conosciamo ormai tutti la complessità delle malattie autoimmuni e la necessità di utilizzare quegli immuno-depressori che a loro volta, in una sorta di effetto *boomerang*, indeboliscono le difese dell’organismo. Traslando questa dinamica nel nostro discorso, potremmo dire che per certi aspetti il capitale

astratto, l'astrazione in genere, rappresenta una strategia immunitaria volta a controllare il Tu-reale, l'*hospes-hostis* che sopravviene all'improvviso e destabilizza la nostra condizione tranquillizzante di essere-a-casa-propria; ma questa immunizzazione, nella misura in cui diviene esorbitante, si trasforma anch'essa nell'Altro, cioè nello stesso nemico trasfigurato sotto differenti spoglie. Gran parte dell'opera letteraria di Franz Kafka – e in particolare *Il processo* – cerca ad esempio di descrivere il paradosso di un sistema di leggi che, finalizzato in origine alla difesa della comunità nei confronti dell'Altro-reale violento che la abita, si trasforma in modo repentino in una nuova forma di alterità, ancora più perniciosa ed invasiva.

Orbene, tornando al concetto helleriano di “bisogno” potremmo dire che esso integra un doppio movimento immunizzante, dal momento che si compone dell'Altro-reale e, contemporaneamente della “copertura” o “schermatura” di questa alterità. Il bisogno consiste infatti nell'ingredienza dell'Altro-reale sotto le fogge della necessità o dell'impellenza, ma simultaneamente si articola nell'occultamento di questa necessità attraverso il filtro di un registro del tutto differente. Noi ci intratteniamo continuamente con i nostri bisogni, ma questi bisogni posseggono una natura ancipite, ossia implicano già un addomesticamento del reale impossibile (impossibile nel senso di “non-padroneggiabile”) ed integrano un momento onirico-fantasmatico (il *somnium* e il *sehen*) che per certi aspetti depista e distrae.

Nel linguaggio lacaniano, il bisogno è anche un oggetto del desiderio od “oggetto a”: la “a piccola” sta per l'immaginario e, quindi, per una componente che si articola nel vedere e nella superficie spettrale. Come la *Ding* heideggeriana, che Lacan riprende nel suo seminario sull'etica della psicanalisi, l'oggetto del desiderio in cui l'uomo fantastica (dall'etimo: *de-siderare*), si compone di una pellicola visibile e fittizia che circonda un buco, il reale

che lo sorregge. L'uomo è attirato nel gorgo del reale e questo movimento viene incanalato dalla sequenza metonimica dei significanti: ciò vuol dire che il desiderio è in qualche maniera simbolizzato, fa parte dei meccanismi del senso e del linguaggio. O meglio: il bisogno che marca l'entrata del reale nella sfera umana, si manifesta già attraverso il suo occultamento incantatorio e immunizzante, come se esso in qualche maniera lo sfruttasse per eluderne gli effetti.

In tale prospettiva ritroviamo siffatto meccanismo nei cosiddetti "bisognini" cui il bambino inizia ad essere educato dopo i primi due anni di vita. Sino a quel momento l'evacuazione e la minzione sono impellenze o pure necessità, talvolta accompagnate da un certo fastidio oppure da soddisfazione ed appagamento. Per l'infante il principale problema quotidiano è la liberazione da questa necessità che tuttavia, grazie alla sua ricorrenza e regolarità, diviene via via più familiare. Pupù, cacca, popò sono i nomignoli amichevoli con cui i genitori cercano di descrivere l'universo escrementizio del loro bimbo, per renderlo più vicino e meno osceno.

L'educazione, perpetrata via via attraverso una progressiva rete di simbolizzazioni spazio-temporali (il momento della peristalsi, il luogo del bagno, il rituale regolare e ripetitivo della stessa defecazione, etc.), in qualche maniera copre la dimensione reale di questa necessità, facendone un vero e proprio bisogno. Le feci divengono così un "oggetto a". Esse indicano qualcosa di "sporco" e "deteriore", ma aprono anche un orizzonte immaginario alquanto ambiguo nel quale l'escremento può assumere una valenza libidica. La pupù da mero gioco con il reale, diventa serio e seriale: è una necessità di cui ne va del soggetto, ma questa necessità viene occultata da uno schermo simbolico ed immaginario. L'Altro fisiologico ed ineludibile si scontra con l'Altro delle finzioni astratte del linguaggio e del pensiero collettivo.

In ogni bisogno, dunque, anche in quello più spontaneo

e primitivo, assistiamo alla coalescenza di reale, simbolico ed immaginario: la necessità fisica e reale viene ricoperta da una velatura immaginaria e incantatoria, ma i modi in cui l'individuo vi accede sono mediati dalla cultura e dal linguaggio. Lacan tuttavia ci dice qualcosa di più: nel rapporto con il bisogno, *ne va del soggetto*, appunto, ossia quest'ultimo subisce una sorta di barratura. Nell'incontro con il bisogno e nella sustruzione immunizzante di schermi simbolici ed immaginari assistiamo pertanto ad un paradossale as-soggett(ament)o. L'uomo cerca di controllare i propri bisogni con la creazione di fantasmi e con la surcodificazione del desiderio; ma in questo suo tentativo di autodifesa rimane imbrigliato nel suo stesso dispositivo difensivo. Il bambino scherza e gioca con la sua caccia, ma non appena sarà entrato nella dimensione comunitaria del bisogno, inizia tosto ad averne orrore e scopre una nuova alienazione: se prima l'Altro erano le sue viscere e la peristalsi incontrollata, ora l'Altro è l'immagine delle feci e ciò che essa significa. L'immunizzazione per così dire primaria, la simbolizzazione dell'universo escrementizio, porta ad una sindrome autoimmune, alla paura per ciò che l'escremento significa e simbolizza.

In quest'articolazione indubbiamente complessa vediamo come il concetto di "bisogno", sebbene non centrale nella riflessione marxiana, condensi degli aspetti decisivi: se esso costituisce una funzione essenziale nello sviluppo delle società umane riunendo in sé l'Altro-reale con l'Altro simbolico in un dispositivo immunitario ed autoimmunitario, iniziamo gradualmente a capire attraverso quali meccanismi il mercato crei continuamente nuovi bisogni e come questi possano diffondersi nella nostra vita quotidiana. Attraverso la necessità del bisogno vengono immessi sempre nuovi oggetti del desiderio con la propria sfera immaginaria e "illusionistica": essi non sono puramente inutili e pleonastici, ma ciascuno ritrova un qualche radicamento nel reale. Come osserva Žižek, l'uomo contemporaneo è costretto a godere (cioè

ad incontrare il reale), ma questo godimento gli è strutturalmente precluso dalla copertura simbolica e immaginaria che circonda il vuoto all'interno di ciascun oggetto. L'immissione di sempre nuovi bisogni assolve in sostanza il compito di immunizzare e dis-trarre l'uomo dal reale, ma ciò facendo essa rischia il trasformare la protezione immaginaria e simbolica in qualcosa di altrettanto reale, cioè di "hantologico", spettrale.

Marx ha giustamente paura delle manifestazioni spettrali di questo Altro anfibolico che si presenta sotto spoglie via via cangianti: da un lato è il reale osceno della violenza umana, della penuria, della natura non ancora introiettata e successivamente oggettivata dall'uomo; dall'altro è il reale del capitale o del mercato, ovvero di un'astrazione del pensiero umano che a partire da una funzione originariamente immunizzante diviene alfine un'entità trascendente e fuori-controllo. Sicché una prassi rivoluzionaria che intendesse scardinare tale dispositivo non dovrebbe fare altro che destrutturare i meccanismi ipertrofici legati al bisogno e alla produzione nei suoi aspetti fantasmatici. In altre parole, Marx non riconosce l'Altro "reale" alla base dei rapporti economici e delle conseguenti formazioni sovrastrutturali e, quindi, non riesce a concepire come, ad esempio, l'idea di "penuria" che sarebbe stata invece successivamente introdotta da J.P. Sartre, possa rappresentare uno dei perni fondanti e "in negativo" dell'intero sviluppo del sistema capitalistico. Per lui è invece in gioco l'eccesso autoimmunitario del capitale divenuto entità reale e il ritrovamento di una doppia immunizzazione, cioè dell'immunizzazione di un'immunizzazione.

Se volessimo tentare una riattualizzazione del pensiero helleriano al di là di Marx, credo allora che dovremmo incentrare la nostra attenzione proprio sulla duplice funzione dell'Altro nell'ambito della dialettica dei bisogni e, di conseguenza, sulla centralità della vita quotidiana e delle tecniche di soggettivazione. Ciò che sin qui noi

abbiamo considerato come un unico plesso, viene invece distinto dalla Heller secondo due tipologie di bisogno: il bisogno “radicale” che non è quantificabile e si sviluppa “in profondità” e riguarda pertanto l’amicizia, il gioco, l’amore, la convivialità; il bisogno “alienante” che pertiene invece ad entità quantificabili come il potere, il denaro, il successo sociale, il capitale insomma. Non bisogna tuttavia qui cedere ad una facile interpretazione che vedrebbe nella classificazione helleriana un ritorno ai valori della famiglia e dell’intimità a fronte dei bisogni fittizi creati dal mercato e finalizzati soltanto allo sfruttamento dell’essere umano e al profitto ingiustificato. Dobbiamo invece tentare una lettura più approfondita, che richiami l’alone spettrale evocato a sua volta da Derrida e che faccia del bisogno una struttura contraddittoria, giocata da fasi ambivalenti ed antagonistiche.

Quando la Heller parla di condivisione, gioco, amicizia, non allude soltanto ai valori affettivi della famiglia e del singolo, bensì tratteggia i contorni della *communitas* in quanto “correttivo” del comunismo reale. Alla stessa stregua del capitale astratto, infatti, anche il comunismo – che lei conosce sotto il profilo “ungherese”, per così dire – assume dei tratti alienanti. L’eccesso di burocrazia, il potere dispotico del partito, la creazione di un mondo finzionale e chiuso rispetto all’esterno sono i caratteri del grande Altro, cioè di un sistema immunizzante di senso che, a cagione del suo eccesso, è diventato oppressivo e trascendente. Come osserva ancora Esposito, “comunità” deriva da *cum-munus*: *munus* significava nel mondo latino il dono che “deve” essere contraccambiato. Si trattava dunque di un “onere” che deriva da determinate regole. Nell’essere del *communis* è implicita una trasappropriazione, una perdita del “proprio”; e questa perdita è regolata da un preciso “diritto”. Nel “comunismo” marxiano viene radicalizzato proprio questo es-proprio regolato da norme e, quindi, per certi aspetti la fase specifica dell’alienazione. La Heller tutta-

via vuole focalizzare l'aspetto correttivo che è implicito nei medesimi meccanismi della *communitas*, ossia la "reciprocità". L'aver inserito il gioco nel novero dei bisogni radicali sembra alludere forse a questo elemento: il comunismo reale avrebbe fallito in quanto divenuto "serio", cioè asimmetrico, eccessivamente logico ed unidirezionale.

Ecco allora il profilarsi di una via mediana: l'amicizia, l'amore, il gioco, la convivialità ci mostrano come nel bisogno emerga una relazione con l'Altro di tipo differente rispetto al rapporto con le astrazioni del capitale e del comunismo. Questo Altro lo ritroviamo sempre all'interno della *communitas*, epperò non nella sua degenerazione alienante, bensì nella simmetria e reciprocità spiazzanti cui dà luogo. Il bambino, ad esempio, vive in un mondo fatto di azioni e reazioni: egli si aspetta che il suo pelouche ad un tratto parli e gli si rivolga come se fosse vivo, gioca essendo-giocato e lasciandosi perdere in quella che invece l'adulto considera un'esperienza angosciante di alienazione. Il "comune" e il "proprio" sono la stessa cosa; il piccolo è immerso in un mondo che lo culla e lui vive nell'Altro, è abituato all'Altro. La condizione essenziale dell'uomo è dunque l'alienazione, ma mentre nell'infanzia essa costituisce il soggetto nella sua libertà e spontaneità, nell'età adulta essa prende le foggie dell'astrazione e della generalizzazione. Si passa cioè dall'essere-soggetto all'essere assoggettato, dall'aver una certa familiarità con l'Altro all'esserne atterriti.

I bisogni fittizi si sostituiscono così ai bisogni radicali; al rapporto con l'Altro *aperta facie*, assistiamo all'affastellarsi di innumerevoli schermature e griglie protettive che, attraverso la dis-trazione e il dif-ferimento, si illudono di allontanare l'Altro, mentre di fatto lo ricostituiscono ancora più insinuante e pernicioso. Bisogna, pertanto, tornare al gioco ed esporsi in qualche maniera al rischio; l'eccesso di protezione ha portato ad una nuova alienazione: è necessario allora ripercorrere l'altra via del biso-

gno, quella dell'Altro radicale. Si affaccia quindi un'altra aporia: per combattere l'alienazione immanente nei processi generalizzanti del capitalismo e del comunismo, siamo costretti a ricorrere ad un'altra alienazione, ad un "differente" rapporto con l'Altro.

Questa elaborazione della Heller che trapela dai suoi scritti, convoca eloquentemente nozioni come quella di "Individuo" (con la "I" maiuscola), "vita quotidiana" e, soprattutto, "condotta". Siamo cioè all'interno di un orizzonte di discorso che potrebbe richiamare l'ultimo Foucault e i suoi tentativi di ridisegnare nuovi spazi di soggettivazione. Si tratta insomma di costruire un soggetto che sia originariamente "intaccato" dall'Altro, che abbia il coraggio di affrontare l'Altro. Foucault, alludendo al mondo antico, parla infatti di *parresia* o "veridizione" e di "coraggio della verità". In entrambi i casi assistiamo per così dire ad un rapporto più diretto nei confronti dell'Altro, cioè ad una sorta di immuno-depressione o di rinuncia pilotata dei sistemi immunizzanti comunitari. Sia il comunismo reale che il consumismo di massa rappresentano infatti degli eccessi immunizzanti che sortiscono il medesimo effetto di un assoggettamento. Per recuperare una nuova pratica della soggettività, dunque, è indispensabile un depotenziamento e un coraggio che significa anche una maggiore esposizione al rischio.

I bisogni alienanti, creano degli individui che ancorché più liberi, si ritrovano invece ulteriormente assoggettati e soli. I bisogni radicali viceversa, attraverso un "altro" assoggettamento, riposizionano l'uomo al centro delle dinamiche sociali che lo coinvolgono. È significativo a questo punto osservare che sia la Heller che Foucault accennino al "gioco" a proposito del soggetto: nell'epoca dei consumi di massa e, quindi, di un'alienazione basata sull'eccesso della finzione e dell'astrazione che crea bisogni sempre nuovi (basti pensare alla smaterializzazione delle merci) è indispensabile pensare ad una figura del soggetto che affronti *aperta facie* e, quasi infantilmente,

l'Altro o la verità, e ciò anche a rischio della propria vita. Il soggetto, l'Individuo helleriano si può costituire soltanto nel gioco basculante ed intermittente tra le due polarità dell'alienazione, tra l'Altro del capitale astratto e l'Altro del reale: ci vuole – appunto – coraggio!

Chiudiamo allora con una serie di dubbi. Il sistema tardocapitalistico in cui viviamo attualmente è alquanto vischioso e aggirante: come osservano G. Deleuze e F. Guattari, infatti, esso costituisce un “apparato di cattura” che si articola in una rivoluzione continua. Per il tardocapitalismo la crisi – sia essa naturale, economica, sociale, politica o finanziaria – non è un evento da scongiurare e da cui difendersi, ma è il motore stesso del suo funzionamento: è attraverso le continue crisi che esso si evolve e cambia continuamente natura. Che il ritorno ai bisogni radicali quale antidoto alla doppia alienazione del capitalismo e del comunismo possa considerarsi dunque ancora un'utopia, lo possiamo riscontrare proprio nei più recenti sviluppi del mercato. Come nota infatti ancora Žižek, oggi non si comprano più merci, bensì emozioni e sensazioni: le scarpette Nike ad esempio non valgono in se stesse, ma sono appena l'involucro per marcare l'appartenenza ad un certo gruppo, per manifestare all'esterno una specifica immagine del proprio “io”, per il bisogno di conformarsi; così come la moda del “biologico” non naconderebbe che l'esigenza fittizia di far parte di un certo mondo ecologista e naturalista, in una sorta di alleggerimento del senso di colpa che talvolta assilla il consumatore medio occidentale.

Quest'evenienza è allarmante, poiché significa che il gioco della contrapposizione dei bisogni della Heller in vista dell'evitamento degli eccessi del capitalismo e del comunismo reale, si trasforma in una nuova forma di consumo e, quindi, in un nuovo mercato e in una radicalizzazione dell'assoggettamento al capitale astratto. Se l'amicizia, il gioco, la convivialità, etc. sono divenute merci (basti pensare ai reality, ad esempio o all'“econo-

micizzazione” delle grandi espressioni del gioco collettivo) ecco che la pratica di una nuova forma di soggettivazione si trasforma nel vecchio essere-as(soggett(at)o e l’Altro della *communitas* diviene nuovamente l’Altro quantificato e orripilante di una finzione divenuta-reale.

La Heller ha qualche presentimento di questo processo sottentrante, quando si accorge che anche la teoria, la produzione culturale, è “soggetta” al consumo e, quindi, al mercato; ma ritiene ancora esenti da questo processo metabolico gli spazi privati della vita quotidiana in cui si condividono con gli altri le proprie esperienze. Invece, come testimonia l’attuale interesse per la *privacy*, mezzo di reazione e di difesa nei confronti di un pubblico ormai pervasivo, lo spazio degli affetti e della convivialità si è mutato definitivamente in un bisogno alienante, alla stregua della ricchezza, del potere, del lusso. La *privacy* costa e c’è un mercato della *privacy*. Che fare allora? Come soggettivare disalienandosi dalla mercificazione e dai bisogni fittizi?

Un’idea che qui vorremmo appena abbozzare gravita intorno alla creazione di un nuovo bisogno e può ricordare l’“attraversamento del fantasma” di Lacan, ossia la presa di coscienza di quella schermatura finzionale e immunizzante che ci protegge dal reale ma che nello stesso tempo ci aliena ed assoggetta. In questa direzione di pensiero, la tecnica del sé foucaultiana potrebbe essere virata verso la dinamica paradossale dei bisogni nella loro ambivalenza e l’istituzione di un bisogno per così dire aporetico. E se allora questo bisogno fosse quello della decrescita, cioè il coraggio di rinunciare alle sfere protettive e materne offerte dallo sviluppo progressivo e dall’incremento dei mondi virtuali e fittizi che frapponiamo continuamente tra noi e la realtà? Se innescassimo cioè il bisogno radicale del “meno” invece del bisogno del “più” e aprissimo così l’orizzonte di un senso comunitario non artificiale come nel comunismo e nel consumismo, ma essenzialmente autentico? E come potrebbe

esser assimilata dal capitalismo quest'esigenza che, pur giocandosi attraverso il meccanismo del consumo da esso introdotto, mina la sua funzione protettiva ed immunizzante?

# La teoria, la prassi e i bisogni umani

di Ágnes Heller

La prassi e la teoria ineriscono sempre costitutivamente a una medesima unità produttiva e sociale (struttura). Questo spiega perché teorie e prassi di società diverse differiscano tra loro non solo per il contenuto ma anche per il modo in cui interagiscono e, di conseguenza, per la funzione che la teoria svolge nelle diverse società. In numerose organizzazioni sociali non si è affatto prodotta una separazione della teoria dalla prassi, ed esse svolgono la loro funzione di riproduzione sociale in modo integrale e indifferenziato (perfino le cosiddette società “primitive” del xx secolo sono utilizzabili a titolo esemplificativo). Parimenti, dal punto di vista del nostro problema, non possiamo identificare l’alto medioevo con la società borghese. Nel primo, il cristianesimo non fu soltanto una ideologia omogenea, ma penetrò e influenzò la prassi quotidiana degli uomini sviluppando i loro scopi generali nel quadro e nel linguaggio della sua ideologia egemone. Il problema generale del rapporto tra prassi e teoria non è emerso prima dell’avvento della società borghese. Se è emerso, si è sempre trattato di capire perché persone o gruppi di persone non agissero in conformità ai loro principi. Tuttavia, questo tipo di confronto morale non ha alcun peso per il nostro problema o, tutt’al più, ne è soltanto un aspetto secondario.

Il problema *generale* del rapporto tra teoria e prassi è un problema *particolare* della società borghese, un prodotto della sua struttura e una sua manifestazione. Così, proprio quando il problema viene posto nella sua forma

più generale, dobbiamo avere ben chiaro in mente che stiamo affrontando un problema particolare, sorto nella storia moderna e prevedibilmente legato a un periodo storico definito, per quanto lungo e importante.

A titolo introduttivo e restrittivo, vorrei chiarire che nel corso della mia argomentazione non terrò conto del rapporto tra teoria e prassi nelle scienze naturali, sebbene la loro storia, da Galileo in poi, costituisca un momento organico del processo menzionato. Nelle pagine seguenti limiterò la mia analisi soltanto al rapporto tra teoria e prassi *sociali*.

L'analisi teorica di questo rapporto è in se stessa la conseguenza e la manifestazione della divisione del lavoro e della produzione di merci nella società borghese. La formazione dell'intelligencija, uno strato sociale particolare, il cui compito è quello di "produrre" le teorie, è stato condizionato dalla divisione del lavoro. Le forze sociali che creano le teorie e quelle che le usano si sono separate. Ciò è vero anche nel caso in cui il teorico rappresenti direttamente gli interessi di una certa classe, poiché nella società borghese la creazione e la ricezione delle teorie si conforma quasi totalmente alla struttura della produzione di merci. Che manifestino direttamente gli interessi di una certa classe o no, le teorie passano in ogni caso per il mercato. Che non *tutti* i prodotti giungano sul mercato per essere scambiati è un fatto tanto ovvio che non c'è alcun bisogno di analizzarlo dettagliatamente. La sua discussione è ancor più superflua per il fatto che nel secondo caso, tenendo conto della struttura della società borghese, il prodotto teorico non ha neppure la possibilità di essere trasformato in pratica. Pertanto scartiamo questo aspetto dal punto di vista del problema che abbiamo di fronte. La forma principale con cui la teoria giunge sul mercato è la pubblicazione. Questo è il modo in cui la teoria diventa disponibile e può attrarre il consumatore. Forme secondarie sono le azioni di propaganda, mediate o dal contatto personale o, come avviene in misura sempre maggiore, dai

mass-media, oppure da entrambe. Nei sistemi a mercato libero la teoria giunge liberamente sul mercato, dove la si può prendere o lasciare: gli uomini utilizzano la teoria o la ignorano, a seconda dei loro bisogni. Naturalmente, sottostando alle condizioni di un mercato manipolato, anche la libera concorrenza delle teorie deve subire delle restrizioni e delle modificazioni. La maggior parte delle teorie messe in circolazione sul mercato si conforma a un *modello* immediatamente funzionale alle esigenze di manipolare l'opinione pubblica in una direzione prestabilita. Più specificamente, la struttura sociale della società borghese costringe inevitabilmente le teorie rivoluzionarie che si oppongono al sistema a conformarsi alle modalità dello scambio di merci. L'affermazione assai nota di Marx, secondo la quale la teoria che penetra nelle masse diventa una forza materiale, presuppone – almeno da un punto di partenza astratto – l'esistenza di *masse* influenzate dall'ideologia della classe dominante, da un lato, e una *teoria rivoluzionaria* senza masse dall'altro. Così, il teorico (è indifferente che sia un economista, un filosofo o un sociologo) è colui che offre la sua teoria sul mercato obbedendo alle regole della moderna divisione del lavoro. Dal momento che operiamo con un modello astratto, possiamo porre tra parentesi la varietà dei motivi e supporre invece che tutti questi "operatori teorici" compaiano sul mercato con i loro prodotti teorici perché ritengono vere le ideologie e i punti di vista espressi nelle loro teorie. Supponiamo cioè che a vendere le loro merci non siano stati spinti semplicemente dal desiderio di guadagnare del denaro o del prestigio sociale, ma piuttosto che essi tentino di influenzare la società, *in toto* o parzialmente, mediante la circolazione e l'accettazione delle loro idee, di spingere, in altre parole, la società verso una direzione ritenuta preferibile. Ovviamente, questo non è vero nella maggior parte dei casi, ma analizzando il problema generale del rapporto fra la prassi e la teoria, l'omissione dei motivi personali e egoistici è giustificata. A questo punto

il problema è quello di determinare l'identità dei "compratori" di questa merce, in che modo la comprano e i motivi che li spingono all'acquisto.

È universalmente noto che l'accettazione di determinate idee, anche se assume proporzioni di massa, non implica affatto che la teoria riesca a trasformarsi in prassi. La maggioranza di coloro che aderiscono a una teoria non sono altro che consumatori che consumano una teoria come consumano un dentifricio. Questo modo di consumare si risolve nella cosiddetta "cultura generale", condizione senza la quale non si può appartenere a un dato cetto sociale, così come lo è l'uso di una certa marca di dentifricio. Naturalmente, il puro e semplice livello di consumo può svolgere una funzione indicativa, può indicare cioè quelle teorie che in un certo strato sociale hanno imboccato la via che le conduce alla loro trasformazione in prassi. Tuttavia, quanto più manipolato diventa il sistema di mercato, tanto meno sono attendibili indicazioni di questo tipo.

Poiché qui analizzo la teoria dal punto di vista della prassi, devo trascurare tutti gli "acquirenti" che sono semplici consumatori nel senso sopra definito. Di conseguenza devo limitare la mia indagine a coloro che acquistano prodotti teorici in funzione di un certo tipo di prassi sociale, e indagare sulle loro motivazioni e sui modi in cui essi trasformano la teoria in prassi.

Questa indagine presuppone comunque una previa definizione della prassi e della efficacia pratica della teoria. È possibile operare con una definizione assai larga del concetto di prassi, includendovi ogni tipo di attività sociale e, in ultima analisi, l'attività umana in generale. Tuttavia questa definizione logica non è utilizzabile nell'analisi del rapporto che lega la prassi alla teoria. Se infatti prendiamo le mosse da una definizione così ampia di prassi, tutte le attività *teoriche* devono essere considerate allo stesso tempo attività *pratiche*, perdendo così la loro differenza specifica.