

JAN PIERRE VOYER

REICH
Modo d'uso

Tradotto a cura delle Edizioni dell'ALAMBICCO

1911

REICH
Motto: *Dieu et mon droit*

NESSUN COPYRIGHT

Stampato in Proprio.

JAN PIERRE VOYER

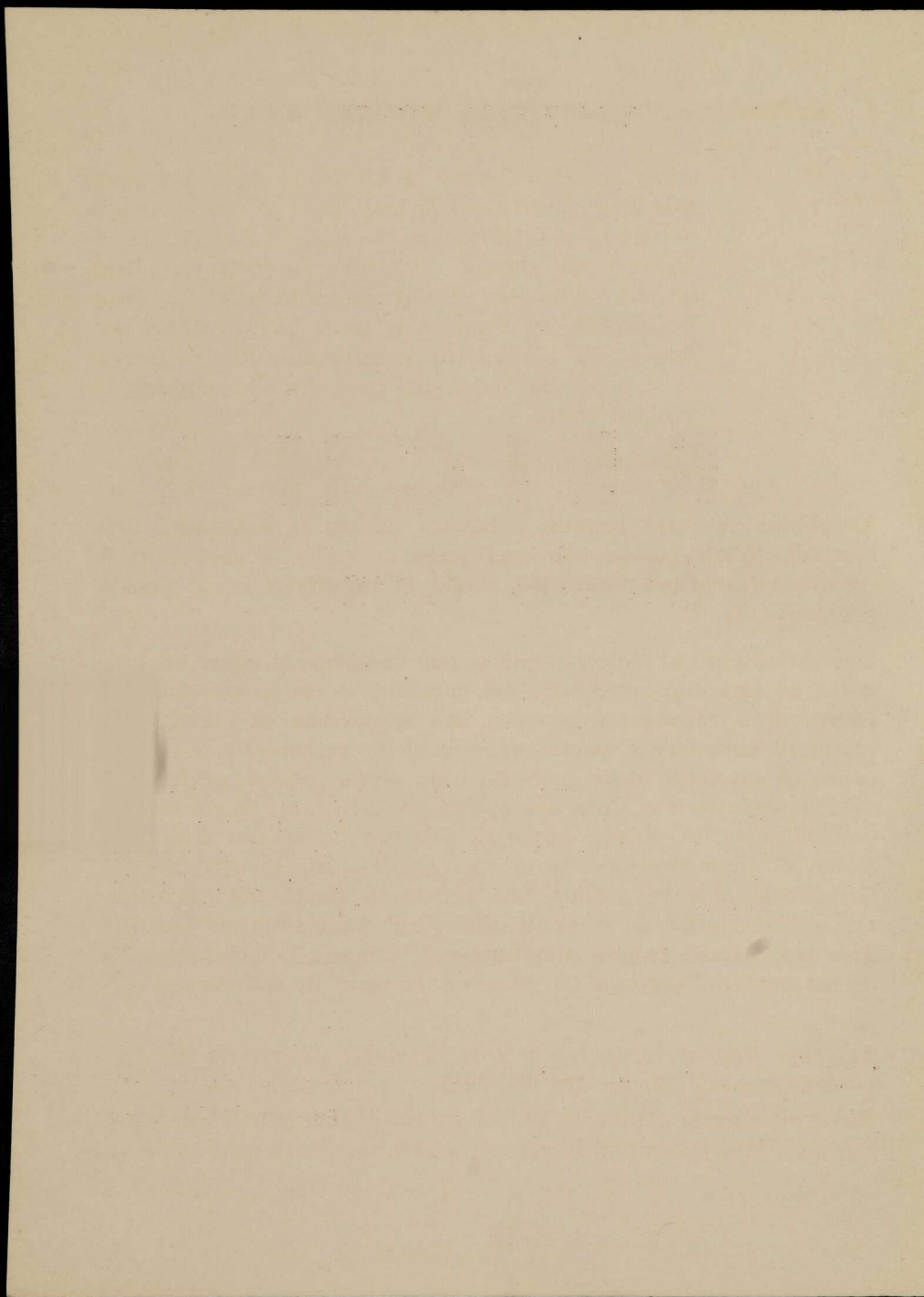
REICH

Modo d'uso

« La cosa contiene nella sua seconda parte, in forma straordinariamente densa, ma relativamente popolare, non poche novità che anticipano il mio libro (1), mentre essa deve necessariamente sorvolare nello stesso tempo su molte altre. Tu credi che sia buono anticipare in tale modo tali soggetti? »

Marx ad Engels, 24 giugno 1865.

1) L'Istituto di Preistoria Contemporanea prepara attualmente una *Enciclopedia delle apparenze / Fenomenologia dell'Assenza dello Spirito*.



I - LA NOZIONE DI CARATTERE SECONDO REICH.

*« Per trovare l'amore a Parigi, bisogna scendere fino alle classi a cui la mancanza di educazione e di vanità e la lotta con le necessità reali hanno lasciato più energie. Mostrare un forte desiderio insoddisfatto vuol dire **dimostrarsi inferiore**, cosa impossibile in Francia, a parte per la gente infima... Da ciò questa esagerazione di lodi verso le ragazze da parte dei giovani che temono il proprio cuore. »*

Stendhal, *Dell'Amore*.

Attraverso la lotta pratica e teorica contro le resistenze nell'analisi, Reich giunse con una perfetta logica a concepire il carattere (carattere nevrotico) come la forma stessa di queste resistenze (2).

Contrariamente al sintomo, che si può considerare come un prodotto ed una concentrazione del carattere e che viene risentito come corpo estraneo e provoca una sensazione di malattia, il tratto di carattere è parte organica della personalità. La mancanza di coscienza della malattia è un segno fondamentale della nevrosi caratteriale. Cosa che spiega perché questa degradazione dell'individualità poteva apparire soltanto all'interno d'un tentativo di comunicazione, la tecnica analitica stessa, che, benché unilaterale, doveva svelare ben presto la realtà del carattere: una difesa contro la comunicazione, una incapacità all'incontro. Tale è il prezzo pagato alla funzione primaria del carattere: la difesa contro l'angoscia (3). Non c'è bisogno di soffermarsi sul-

2) *Ueber Charakteranalyse in Internationale Zeitschrift für Psychoanalyse*, vol. 14, pp. 180-196, 1928.

3) La situazione critica in cui si valuta pienamente il prezzo di questa difesa è l'amore. E' sempre merito di Reich aver mostrato

L'origine dell'angoscia, sulle sue cause ed il loro fissarsi. Diciamo semplicemente che la forma particolare del carattere è una piega che si prende prima del decimo anno di età, cosa che non sorprenderà nessuno.

La discrezione di questa disposizione spiega come essa resti ignorata in tanto che peste sociale e anche la sua durevole efficacia. Questa disposizione produce degli individui degradati, spossessati fin che possibile di intelligenza, di sociabilità e di sessualità, e conseguentemente realmente indipendenti gli uni dagli altri, condizione ideale per il funzionamento ottimale del sistema automatico della circolazione delle merci. L'energia che l'individuo può impiegare a riconoscere e ad essere riconosciuto è *legata* nel carattere, cioè impiegata a neutralizzare se stessa.

In tutte le società in cui regnano le condizioni moderne di produzione, l'impossibilità di vivere prende individualmente la forma della morte, della follia o del carattere. Insieme all'intrepido Dottor Reich, e contro i sui recuperatori e denigratori orrificati, noi postuliamo la natura patologica di *ogni* tratto caratteriale, cioè di ogni cronicità nel comportamento umano.

Ciò che ci interessa non è la struttura individuale del nostro carattere né la spiegazione della sua formazione, *ma l'impossibilità della sua applicazione alla costruzione di situazioni.*

Il carattere non è dunque una semplice escrescenza maligna che si potrebbe curare separatamente, ma nello stesso tempo un rimedio individuale in una società globalmente ammalata, rimedio che permette di sopportare il male aggravandolo. La gente è in gran misura complice dello spettacolo dominante. *Il carattere è la forma di questa complicità.*

che la difesa caratteriale contro l'angoscia in questa situazione si pagava con l'incapacità alla tenerezza, che lui infelicemente chiama impotenza orgastica. A questo livello il carattere raggiunge il sintomo.

Noi sosteniamo che la gente non può dissolvere il proprio carattere che contestando la società intera (contrariamente a Reich quando considera l'analisi caratteriale da un punto di vista specializzato), mentre la funzione del carattere essendo l'adattarsi allo stato di cose, la sua dissoluzione è un preliminare alla critica globale della società. Bisogna spezzare questo circolo vizioso.

La contestazione globale inizia con la critica in atti del lavoro salariato (4) secondo un principio fondamentale fuori discussione: « Non lavorare mai ». Le qualità d'avventura assolutamente necessarie per una tale impresa sono esclusive del carattere. Il carattere è la rovina di queste qualità. Il problema della contestazione della società intera è dunque anche il problema della dissoluzione del carattere.

4) Mentre Reich arrivava in modo ambiguo a considerare il carattere come ostacolo al lavoro, noi sosteniamo che il carattere è un ostacolo alla critica del lavoro.

II - LA SUA APPLICAZIONE ALL'EFFETTO DI SPETTACOLO.

« I concetti più importanti e più veri dell'epoca sono, misurati precisamente dall'organizzazione su essi della più grande confusione e dei peggiori controsensi (...). I concetti vitali conoscono nello stesso tempo gli impieghi più veri e più menzogneri (...) poiché la lotta della realtà critica e dello spettacolo apologetico conduce ad una lotta sulle parole (...). Non è la purga autoritaria, ma la coerenza del suo uso, nella teoria e nella vita pratica, che rivela la verità d'un concetto. »

I. S., n. 10.

Pubblico: *relativo a tutto un popolo.*

Pubblicità: *Notorietà pubblica, carattere di ciò ch'è fatto in presenza del pubblico, stato di ciò che appartiene al pubblico.*

Larousse del XX secolo.

La pubblicità della miseria non si distingue dall'idea della sua soppressione (5). E' così che lo spirito viene agli uomini. La miseria è sempre la miseria della pubblicità. Bisogna ricercare dunque le ragioni della persistenza della miseria nelle cause della miseria della pubblicità.

Il feticismo è la miseria della pubblicità. E' la forma stessa della separazione sociale. Dovunque c'è opposizione dell'individuo e della sua totalità, questa opposizione prende la forma del feticismo della totalità. L'opposizione del tutto e degli individui si fa per mezzo di parti del tutto che sembrano isolate o legate

5) Il lettore avrà riconosciuto la coscienza di classe. Non la confonda, dunque, con lo spettacolo della miseria che è la versione *pubblicitaria* della pubblicità della miseria.

da relazioni irreali al tutto e tra di esse (6). La coscienza ingannata è il momento fondamentale del feticismo, con essa le cose divengono ciò che appaiono. L'assenza della coscienza prende la forma della coscienza.

Il feticismo della merce è concentrato nel suo valore. Marx avrà avuto bisogno di qualche migliaio di pagine del *Capitale* per arrivare in fondo alla realtà di questo feticcio. E' il gioco del valore che china le fronti umane, che siano borghesi, burocratiche o proletarie. Il valore è il rapporto fra due quantità. Cosa di più irrealista che qui e adesso x Kg. di carote valghino y litri di vino oppure z minuti di ragazzo di barbiere. Il valore è qui e adesso l'esorbitante autonomia della merce. E' pericoloso rubare, saccheggiare o incendiare. Lo è ancora di più non lavorare mai! Il valore si esercita implacabilmente (7), mentre lo sguardo ingannato non incontra che le cose ed il loro prezzo!

Nel XIX secolo, con l'opposizione completa della vita dell'individuo e della vita della sua specie (in vita quotidiana d'un canto ed in circolazione automatica delle merci dall'altro), tutte le speranze sono permesse (quelle di Hegel e di Marx). A questo stadio le cose sono chiare: la vita quotidiana non è *nulla*, la circolazione è *tutto*. Il niente della vita quotidiana è un momento *visibile* del tutto della circolazione. Il feticismo non inganna più nessuno a parte la classe dominante e i suoi sicofanti. Molte volte, il proletariato si lancia all'assalto della totalità, e la pubblicità della miseria fu ben vicina al trionfo della miseria della pubblicità.

6) L'opposizione del tutto agli individui non si fa che *per mezzo* di parti del tutto, purtroppo! Quando l'opposizione degli individui alla totalità diventa « totale », le cose divengono totalmente chiare.

7) Il lavoratore ha sul ricco lo stesso vantaggio che lo schiavo sul padrone. Lo schiavo conosce la paura, il lavoratore, merce vivente, conosce il valore.

Oggi, le cose sono cambiate. La modernizzazione delle lotte degli oppressi e soprattutto la loro incompiutezza hanno portato alla modernizzazione rapida del feticismo da parte della classe dominante e del suo stato a partire dal 1930. L'entrata in scena del *feticismo scientifico* è stata veramente notevole: new deal, bolscevismo e nazional-socialismo simultaneamente. Questa modernizzazione consiste essenzialmente nel *privare* la vita quotidiana di ciò che le era rimasto: la sua negatività, cioè la pubblicità della sua miseria, la pubblicità della sua nullità. Il segreto della miseria della vita quotidiana è il vero segreto di Stato. E' la chiave di volta che completa l'edificio della separazione, ch'è nello stesso tempo l'edificio dello Stato.

Lo spettacolo o sviluppo scientifico del feticismo non è che la proprietà privata dei mezzi di pubblicità, il monopolio di Stato dell'apparenza. Con lui, solo la circolazione delle merci resta pubblica. Lo spettacolo non è che la circolazione delle merci che assorbe tutti i mezzi di pubblicità disponibili, condannando così la miseria all'invisibilità. Lo spettacolo è la forma segreta della miseria pubblica in cui il valore s'esercita implacabilmente mentre lo sguardo ingannato incontra soltanto le cose ed il loro uso.

Nella pubblicità imperialista della circolazione delle merci, il valore non appare mai; è lo spettacolo dell'invisibilità del valore. Questa invisibilità « naturale » costituisce la tendenza fondamentale spettacolista della circolazione che la borghesia potrà sfruttare nello sviluppo scientifico del feticismo.

La circolazione può apparire come una kermesse dell'uso basta che il valore non sia altrimenti pubblico. Uso della moneta principalmente, è esplicito. Da qui si comprende il fascino dello spettacolo confrontato quotidianamente con il valore: è l'effetto dello spettacolo. Previene ogni idea; tutto sembra compiuto. Vieta ogni riconoscenza; il miserabile si conosce come solo miserabile. L'uso della moneta appare da solo come lo strumento dell'abolizione del valore. Colmo dell'inversione. E' così che lo spirito non viene agli uomini.

Situato in prima fila, Wilhelm Reich non poté evitare d'essere colpito dal ruolo giocato dal carattere in tanto che struttura anti-individuale nella magnifica messa in scena nazista (8).

Egli abbandonò la questione burlesca: «Perché gli operai si rivoltano?» ai psicanalisti, psichiatri, sociologi ed altri servitori dello spettacolo, per porre la questione fondamentale: «Perché non si rivoltano?» (9). Egli attribuisce la sottomissione all'anientamento dell'individuo da parte del carattere. Cosa poco contestevole: necessaria ma insufficiente. Dire che questa società non abbia una tendenza intrinsecamente spettacolista sarebbe dire che lo spettacolo è la grande opera della sola classe dominante. Sarebbe attribuirle molto talento. Noi sappiamo che la classe dominante è la prima vittima delle sue proprie illusioni. Essa segue il movimento.

Più avanti abbiamo dimostrato la causa di questa tendenza. A parte ciò, il carattere è incontestabilmente reale; si palesa clinicamente. Ora bisogna sapere di cosa esattamente è il clinico, una volta costatata la sua insufficienza in tanto che nozione separata. Come nozione separata è soltanto un feticcio in più.

La nostra tesi è la seguente. Il quantitativo regna. Tutti i rapporti umani sono retti dal rapporto di quantità fra loro, ma non

8) *Was ist Klassenbewusstsein?* 1934 (sotto lo pseudonimo di Ernest Parell).

In questa piccola opera Reich tocca il vertice dell'ingenuità leninista. Malgrado le sue negazioni, porta alle nuvole la conoscenza storica specializzata. Si troverà anche un curioso abbozzo del concetto maoista dell'educazione come spettacolo della miseria. *Massenpsychologie* e *Dialektischer Materialismus* sono impregnati in permanenza d'una concezione meccanicistica degli istinti.

Massenpsychologie des Faschismus. 1933-1934.

9) *Dialektischer Materialismus und Psychoanalyse.* 1929.

appaiono meno come *puri* rapporti umani; o bene lo sguardo ingannato non incontra che le cose ed il loro prezzo. Abbiamo visto rapidamente l'effetto spontaneamente spettacolista di questo dato « naturale » ch'è l'invisibilità del valore. Ciò non toglie che il valore non cessa d'essere vissuto da ognuno come l'ineluttabile necessità della propria vita quotidiana. Abbiamo visto che questo *vissuto segreto* completava la tendenza spettacolista della circolazione delle merci. Che cosa scopre clinicamente Reich che chiama carattere? Noi sosteniamo ch'è il valore in tanto che necessità inumana ed altrimenti invisibile che viene capito con questo mezzo. Ed è fin ora l'unico mezzo di approccio concreto del valore in tanto che miseria segreta dell'individualità. Reich braccò sotto questa forma l'*incoscienza*, la sua miseria e le sue miserabili istanze repressive, che traggono la loro forza ed il loro apparato magico soltanto dall'impero del valore sulla vita quotidiana. Non è perché la socializzazione universale dei rapporti umani ha preso la *forma unica* del valore, ch'è la loro *negazione*, che i rapporti umani autentici, sanzionati dal piacere, sono conservati (10) in questa socializzazione, come *rapporti naturali* dell'uomo all'uomo ed a questo titolo illeciti e clandestini, poiché tutta la socialità, tutta l'umanità, è occupata (nel senso di Lyautey) dal valore, sola socializzazione lecita. Ciò che tende a sfuggire alla legge del valore prende dunque la forma del *naturale*, cioè *per definizione*, di ciò che sfugge alla padronanza dell'umanità.

Nel suo terzo manoscritto filosofico, Marx misura l'umanità dell'uomo, la sua socializzazione, con il grado di socializzazione del rapporto « immediato, naturale, necessario » dall'uomo all'uomo: il rapporto dall'uomo alla donna. Il valore come socializzazione universale, come forma unica ed inversa dell'umanità, è anche l'impossibilità della socializzazione di questo rapporto, che *resta* quindi « il più naturale », cioè il più contrastato dalla socialità regnante. Questo naturale si confonde, in seno alla socializzazione

10) Secondo il principio: « Ciò che non è superato imputridisce, ciò che imputridisce incita al superamento. » (Vaneigem).

universale da parte del valore, con il suo grado di sfacelo (10), allo stesso titolo che il grado di naturale degli indiani Nambikwara in seno alla nostra civilizzazione si confonde con il loro grado di sterminio. Questo grado di sfacelo — psicosi, nevrosi, carattere — come indice della non-socializzazione, della non-umanità dell'uomo, è l'oggetto *reale* della psicanalisi. Questo vecchio fidente di Freud arrivò fino ad identificare questo grado di naturale con *la* barbaria, e questa socializzazione inversata dal valore, con *la* civilizzazione. La psicanalisi fu e sarà la panteologia di questa preistoria.

Noi appoggiamo la nostra tesi, ancora puramente teorica con la seguente osservazione clinica: se per una causa fortuita, il carattere dell'individuo si trova dissolto, la forma fenomenale spettacolare della totalità è dissolta nella sua pretesa di farsi passare per l'assenza del valore. Abbiamo, dunque, constatato, per il momento negativamente, una identità tra il carattere e l'effetto dello spettacolo. Che il soggetto cada nella follia, che pratici la teoria o partecipi ad un'insurrezione (11), abbiamo constatato che i due poli della vita quotidiana — contatto con una realtà stretta e separata d'una parte e contatto spettacolare con la totalità d'altra parte — sono aboliti simultaneamente per far posto all'unità della vita individuale, ciò che Reich chiama infellicemente genitalità. (Noi preferiamo *individualità*).

I lavori di Reich sono i primi che dopo Marx mettono concretamente in luce l'alienazione. La teoria dello spettacolo è la prima teoria che dopo Marx si preoccupa d'essere una teoria dell'alienazione. La sintesi di questi due metodi conduce a delle conseguenze immediate che svilupperemo nella nostra prossima opera.

Per primo, noi sosteniamo che la pratica della teoria non si distingue dalla genitalità concepita da Reich. La teoria diviene

11) L'anno 1968 ci ha fornito fortuitamente un abbondante e molto vario materiale.

la conoscenza permanente della miseria segreta, del segreto della miseria. Essa è dunque anche per essa stessa la cessazione dell'effetto dello spettacolo. Lo spettacolo essendo la forma segreta della miseria pubblica, il suo effetto cessa quando cessa il segreto. Il suo effetto risiede nel suo segreto. La teoria si confonde dunque con la sua possibilità vissuta (pleonasma, per opposizione alla probabilità ch'è vissuta come il dubbio o l'indifferenza). La teoria è *la vita* quando tutto è possibile. Cessa d'esistere nel momento in cui sbaglia, e si trova rigettata nella noia, nell'effetto dello spettacolo. La teoria, quando esiste, è dunque sicura di non sbagliare. E' un soggetto privo d'errori; niente l'inganna. La totalità è il suo unico oggetto. La teoria conosce la miseria come segretamente pubblica. Essa conosce la pubblicità segreta della miseria. Tutte le speranze le sono permesse. La lotta di classe esiste.

Lo spettacolo è l'assenza dello spirito, il carattere è l'assenza della teoria.

Il proletariato sarà visibile o non sarà. Il proletariato *risiede* nella sua propria visibilità. L'organizzazione del proletariato è l'organizzazione della sua visibilità. La pratica globale del proletariato sarà la sua *pubblicità permanente* o niente. Hitler, i leninisti ed i maoisti l'hanno così ben capito che organizzano *con la forza* la visibilità del proletariato. Il capitalismo è più ambizioso, vuole realizzare la visibilità del proletariato *abolito*.

La visibilità della miseria non è da sola il proletariato. Necessaria ma non sufficiente, essa *non può essere che* la teoria. Il proletariato reclama che la visibilità della miseria sia pubblica. La critica deve essere nello stesso tempo teoria della pubblicità (della visibilità) e pubblicità (visibilità) della teoria. *Il suo oggetto li deve assicurare la sua pubblicità*. Quando essa è pubblica non si sbaglia. Essa *non è* la teoria della pubblicità se non assicura la sua pubblicità. E' il colmo del ridicolo, per un teorico della pubblicità non poter assicurare la pubblicità della sua teoria.

Il proletariato è l'unità infine realizzata della teoria della pubblicità e della pubblicità della teoria.

Noi crediamo che questi cenni sono superiori a tutto ciò che abbia potuto dire un Lukacs sulla coscienza di classe. Indiscutibilmente hanno il vantaggio d'esser brevi. I pubblicitari lo sanno, la brevità in pubblicità è primordiale — « Due al posto di uno! » Non si può essere più brevi nel disprezzo — Ciò che essi non possono immaginare, è ch'essa sarà ancora più breve al momento d'uno Strasburgo delle officine (12). La visibilità sarà folgorante, colpo di pistola e sole nascente; o non sarà.

Per l'istante le nostre formule per esse stesse, forse sono soltanto brevi. Forse bisognerà introdurre i concetti di « Dash » o « Ava » affinché esse conoscano tutta la loro chiarezza. Un giorno verrà, ed è vicino, in cui tutti i Dash della terra non potranno più soffocare l'incontro della teoria della pubblicità e della pubblicità della teoria.

Novembre 1971.

12) Lo scandalo di Strasburgo cominciò nel 1966 con l'impadronimento della cassa delle rappresentanze studentesche da parte di alcuni studenti che l'utilizzarono per la stampa della brochure: « Della miseria nell'ambiente studentesco ».

G. Sorda
C. P. 264
Napoli

R. Rosati
C. P. 55
Viterbo

Edizione francese.
Institut de Prehistoire Contemporaine
B. P. 20-05
Paris.

Edizione spagnola
Tita Carrión
P. O. Box 950
Berkeley
Ca. 94704 USA

Edizione tedesca
Projekt Gruppe Gegengesellschaft.
Postfach 7233
4 Dusseldorf

Edizione inglese
Bureau of Public Secrets
P. O. Box 1044
Berkeley
Ca 94704 USA
Postfach 72 33

~~Lire 500~~