

“Desiderare nel tempo della tecnica e dell'economia: soggetti e dinamiche”

Tenendo presente il foglio di lavoro elaborato dal CATI e l'articolazione del seminario del 21 ottobre a Milano, sia il Presidente dello stesso, don Giacomo Canobbio, che il nostro Presidente suggeriscono di elaborare alcuni spunti di riflessione su cui i soci saranno invitati a riflettere. Ovviamente, nelle piste che seguono, non si vuole essere assolutamente esclusivi o esaustivi potendo liberamente ampliare o declinare diversamente la discussione.

Come si vede dal cronogramma al Seminario parleranno un esperto di marketing, uno psicanalista, un filosofo, un economista e un giurista. Pertanto credo che si possa analizzare come le suddette discipline interpellino o coinvolgano la teologia morale:

- Il marketing come “suscitatore” di desideri sopiti o addirittura creati dallo stesso (pubblicità, beni di consumo, ecc.). Quale discernimento operare? Come convertire in comportamenti virtuosi quella che potrebbe solo induzione di bisogni? Come porsi nei confronti di chi non può avere quanto proposto e si trova improvvisamente a esperirne la necessità.
- La psicanalisi ha aperto un nuovo mondo nella psiche stratificando nei recessi dell'inconscio alcune pulsioni di per sé a-morali. Come convertire questo in orientamento morale? Quale ruolo al classico super-Io che densifica anche componenti etiche? Come riproporre in termini junghiani o di altre matrici post-freudiane le componenti psichiche, spirituali, archetipiche?
- La filosofia ha analizzato spesso il desiderio articolando sia in rapporto al soggetto desiderante (embricandosi in questo con l'antropologia) sia in rapporto all'oggetto desiderato. La teologia morale è chiamata a definire come l'oggetto desiderato possa porsi teleologicamente in rapporto col soggetto desiderante, dando un giudizio morale sulla bontà o meno degli oggetti desiderati ma al tempo stesso sulla bontà o meno dell'atteggiamento morale di chi li desidera.
- Le scienze economiche sembrano oggi dominare e condizionare i comportamenti umani. Fino che punto è moralmente corretto seguirne le indicazioni? Quando occorre “sganciarsi” dai diktat che il mercato pone? Quale ruolo deve avere un'economia di comunione? E' possibile un “capitalismo virtuoso”?
- L'ambito del diritto sembrerebbe quello apparentemente più lontano data una certa rigidità insita nella sua stessa identità disciplinare. In realtà si pone come punto terminale di un processo in cui il desiderio diventa bisogno, il bisogno pretesa e la pretesa diritto da normare. Basti pensare a quanto successo per l'aborto o a quanto potrebbe succedere in altri ambiti esistenziali.

A queste linee direttrici potrebbero associarsene altre (eventualmente da poter inserire nel suddetto quadro generale) relative:

- all'emergere di nuovi desideri che possono mutare assetti sociali e che necessitano anch'essi di valutazione morale. Basti pensare alla cosiddetta “medicina dei desideri” (chirurgia estetica, anti-aging, ecc.) o ai nuovi bisogni comunicativi attraverso i cosiddetti “social”.
- al ruolo della tecnica quale strumento non solo in grado di esaudire desideri anche minimali ma, al contrario, di eliminarli facendo immediato ricorso ad essa (basti pensare, ad esempio, al calo di memorizzazione dei numeri telefonici dovuto alla rubrica che abbiamo sul cellulare);

- alla sfera della sessualità in cui il desiderio indotto dai media sfocia spesso in una visione distorta o consumistica della stessa alla quale, però, si oppone spesso una visione moral-teologica di vecchio stampo ancorata a paradigmi giusnaturalistici più che personalistici;
- al desiderio di autorealizzazione assolutizzato e indipendente dalle dimensioni di un accettabile “sacrificio” come quello che porta spesso alla separazione coniugale perché non ci si sente realizzati nell’ambito della dinamica coniugale;
- al rapporto tra la soggettualità della coscienza e l’oggettività della norma morale e come quest’ultima non possa avere una sua astrazione ma sia frutto di una concretizzazione storicizzata dei valori e, perciò, attenta anche alle istanze e alle provocazioni della contemporaneità;
- al ruolo del “post-umano” nella induzione di nuovi desideri che diventano, al tempo stesso nuova struttura antropologica modificando l’essere identitario del soggetto.
- A una possibile rilettura o rivalutazione della “peccaminosità” insita in alcuni comportamenti non del tutto inquadrabili nella consuete categorie morali normative (comandamenti, virtù, doveri, ecc.) ma da rielaborare in rapporto a tali nuove sfide.

Salvino Leone
Delegato ATISM per il CATI