

La crisi dell'identità nella società postmoderna e la tecnologia digitale (sintesi da articoli/libri)

Esserci, esserci-con, esserci-per: questa è la “progressione magnifica” che permette di partire da un Io (l'esserci), per passare a un Tu (l'esserci con) e infine giungere a un Noi (l'esserci-per), dimensione ultima e sola che apre alla generatività, alla creatività e all'oblatività. Il punto di partenza della “progressione magnifica” è l'esserci, che in ultima analisi richiama all'identità. Nella “cultura del narcisismo”, per usare la definizione di Christopher Lasch (1979), anche le espressioni più progressiste dell'identità sono contaminate da una straordinaria **enfaticizzazione dell'ego**, dalla elefantiasi dei **bisogni di autoaffermazione** e da una sorta di **emergenza di uomini e donne “senza qualità”**, come direbbe Robert Musil. Ma cosa vuol dire “esserci” nella società liquida di cui parla Baumann? Esserci vuol dire rinunciare a una identità stabile, per entrare nell'unica dimensione possibile: quella della liquidità, ovverossia dell'**identità mutevole**, difforme, dissociata e continuamente ambigua di chi è e al tempo stesso non è. In fondo la tecnologia digitale consente all'uomo e alla donna del III millennio di **essere senza vincoli**, di tecnomediare la relazione senza essere in relazione, di **connettersi e di costruire legami liquidi, mutevoli, cangianti** e in ogni istante fragili, privi di sostanza e di verifica, pronti ad essere interrotti. Cosicché si è passati dall'uomo-senza-qualità di Musil all'**uomo senza-legami** di Baumann in una sorta di continuità-sovrapposizione che viene a definire il nuovo orizzonte del tema identitario. Ed ecco che l'esserci è minato alla sua origine. La crisi dell'identità maschile e femminile, per esempio, ne è l'espressione più evidente. **L'identità**, cioè l'idea che ognuno di noi ha di se stesso e il sentirsi che ognuno di noi sente di se stesso, è **dunque in profonda crisi**, e il nuovo paradigma è l'ambiguità. La crisi dell'esserci ha una prima conseguenza. Se all'uomo d'oggi è precluso il raggiungimento di una identità stabile, che si articola e si declina nelle varie dimensioni, come in quella psicoaffettiva e sessuale, la conseguenza prima è che **l'esserci-con (per esempio la coppia) assume nuove e multiformi manifestazioni**. L'esserci-con non è più il reciproco relazionarsi fra identità complementari (maschio-femmina per esempio), sul quale costruire dimensioni progettuali nelle quali si dispiegano legittime attese esistenziali, ma diviene **l'occasionale incontro tra bisogni individuali** che vanno reciprocamente a soddisfarsi, per un tempo minimo, al di là di impegni reciproci e di progetti che superino l'istante. **L'esserci-con è fatalmente legato alla soddisfazione di bisogni individuali** che solo occasionalmente e per aspetti parziali corrispondono. In altri termini **l'incontro tra due persone** è fondamentalmente **basato sulla soddisfazione narcisistica, individuale** e direi solipsistica di un bisogno che incontra un altro bisogno, altrettanto narcisistico, individuale e solipsistico. Questo incontro si dispiega per un tempo limitato alla soddisfazione dei bisogni e l'emergere di nuovi e contrastanti bisogni determina inevitabilmente la rottura del legame e la ricerca di nuovi incontri. La fragilità dell'essere-con dei nostri tempi si evidenzia attraverso la **estrema debolezza dei legami affettivi**, che manifestano un'ampia instabilità e una straordinaria conflittualità. **Se l'identità è liquida, anche il legame interpersonale è liquido, cangiante, mutevole, individualista e fragile**. L'uomo del terzo millennio sembra rinunciare alla possibilità di un futuro e concentrarsi sull'unica opzione possibile, quella del presente occasionale, del momento, dell'istante. Fatalmente, il trionfo dell'ambiguità identitaria, la rinuncia al ruolo e alla conseguente responsabilità, il ridursi dell'esserci-con all'istante e al bisogno, **mina l'esserci-per, cioè la dimensione generativa e oblativa** dell'uomo e della donna. Per esempio, se decliniamo tutto ciò nell'ambito psicoaffettivo e psicosessuale, la rinuncia all'esserci (identità sessuale e relativi ruoli) non può non trasmettersi in una inevitabile mutazione critica della **dimensione coniugale (esserci-con)**, che a sua volta precipita in una crisi senza speranze la **dimensione genitoriale (esserci-per)**. E, infatti, la transizione al ruolo genitoriale sembra divenire una sorta di utopia: **la rinuncia alla genitorialità o il semplice rimandarla** nel tempo sono un fenomeno sociale tipico dei nostri tempi. Perciò identità liquide fanno coppie liquide, che a loro volta fanno genitori liquidi, dove per liquido

possiamo intendere molte cose, ma una soprattutto: la debolezza del legame. La “progressione magnifica” dell’esserci, di cui parlavamo all’inizio, diviene dunque una progressione “liquida”. Ma il punto di partenza è nell’esserci, ovvero nel tema dell’identità. Nell’epoca di Facebook, l’identità si virtualizza, come anche le emozioni, l’amore e l’amicizia. **La virtualizzazione** è la forma massima di ambiguità, perché consente il superamento di vincoli e di confronti, aprendo a dimensioni narcisistiche imperiose e prepotenti. Eppure qualcosa non funziona. Lo avvertiamo dall’**incremento del disagio psichico**, dal sempre più pressante senso di smarrimento dell’uomo liquido, dalla **ricerca affannosa di vie brevi per la felicità**, dall’aumento del consumo di alcol e stupefacenti negli stessi opulenti ragazzi della società di Facebook, dall’**affermarsi di una cupa cultura della morte**, dall’inquietante incremento dei suicidi, dal malessere diffuso. La liquidità dell’identità, con tutte le sue conseguenze, non aumenta il senso di felicità dell’uomo contemporaneo. Alcuni studi (cit. in Cantelmi, 2015) sul benessere fanno osservare che la felicità non è correlata con l’incremento delle possibilità di scelta.

Questi dati fanno saltare una convinzione che sembrava imbattibile. **La felicità dunque non è correlata con l’incremento delle possibili scelte dell’uomo** (una visione ovviamente molto legata al capitalismo). Avere un criterio per scegliere rimanda ad altro: avere un progetto, delle idee, una identità. Ed ecco che il cerchio si chiude: il tema della liquidità è sostanzialmente il tema della rinuncia ad avere criteri (cioè **dimensioni di senso**). Ma questa rinuncia ha un prezzo: **l’infelicità**. I social network, quindi, creano dei paradossi identitari: viene promossa un’identità unica (vedi il discorso di Zuckerberg) ma allo stesso tempo fluida (quindi caotica), e viene incitato il **vissuto istantaneo ma frammentato** nella molteplicità di proposte (e quindi non è un attimo contemplativo, ma dispersivo). Ecco perché la “progressione magnifica” mantiene anche oggi, e direi soprattutto oggi, un alto valore, proprio per il suo portato anti-liquidità. **Costruire dimensioni identitarie stabili e non ambigue, instaurare relazioni solide e che si dispiegano lungo progetti esistenziali che consentono l’apertura alla generatività** e all’oblatività, sono ancora, in ultima analisi, l’unico orizzonte di speranza che si apre per l’uomo del terzo millennio, immerso nel cupo e doloroso paradigma della liquidità. Infine, la tecnologia digitale e l’automazione dell’orientamento, tramite tutti i sistemi di navigazione (dal navigatore satellitare, alle mappe che possiamo consultare stando a casa, passando per i sistemi di ricerca del nostro partner tenendo conto della posizione e della distanza da noi) che ci mettono a disposizione, ci stanno allontanando dall’ambiente nel quale viviamo, minando il senso di appartenenza e la sensazione di sentirci a casa. Non confrontarsi mai con la ricerca reale e con la possibilità di perdersi equivale a vivere in uno stato di **continua dislocazione**. Ci stiamo svincolando dal corpo, imponendo restrizioni sensoriali alla nostra esistenza. L’uso generalizzato del computer come strumento di piacere ci ruba il piacere corporeo di lavorare con gli strumenti. Questi cambiamenti sono tanto più radicali quanto più iniziano precocemente nell’infanzia.

Giuseppe Belotti