

ROSELLA DE LEONIBUS

appunti per un io
postmoderno

psicologia del quotidiano

“Teri è stato un pomeriggio magico” mi racconta una studentessa ventenne inviandomi un sms, “siamo stati in cinque dentro un maggiolone decapottabile in giro tutto il tempo, cantando le canzoni di Battisti e dei Doors. Voi ai vostri tempi almeno credevate in qualcosa, vivevate delle emozioni, noi, tranne ieri, di solito viviamo come fantasmi”.

Cosa è successo ad un certo punto, da frammentare così tanto il senso della propria identità, da arrivare a vivere una vita da fantasmi?

Se cerchiamo oggi una definizione di identità, dobbiamo partire dalla realtà della multiappartenenza: l'io postmoderno è al centro di più poli di attrazione, diviso tra diverse comunità e vite parallele, e continuamente entra ed esce da ognuna delle sue sfere di appartenenza. Facciamo capo sempre più a gruppi e ruoli sociali diversi, la nostra è un'identità sempre più stratificata e frammentata. Eppure il senso della mia identità dovrebbe pur sempre essere quel principio in base al quale io so di esistere come soggetto nel mondo. Dovrebbe essere la trama significativa della mia storia, dovrebbe essere il mio sentimento di continuità e di coerenza attraverso i cambiamenti. Che succede quando questa trama diventa fragile, frammentata?

Prometeo e il fantasma

Col secolo che è da poco finito, si è celebrata la fine dell'età moderna, ed è tramontata forse per sempre la stagione della fiducia nella scienza e nel progresso, la stagione delle grandi ideologie, l'epoca in cui ci si era illusi di poter celebrare la liberazione dai bisogni primari.

Quel clima di individualismo più o meno utilitaristico in cui abbiamo vissuto, mentre ci spingeva al potere e al successo personale, ci aveva allenato anche ad una certa autodisciplina, alla capacità di rinunciare oggi a qualcosa per gli obietti-

cittadella editrice-assisi

vi futuri, e ci aveva abituato ad una certa sfumatura di narcisismo, fatta di intraprendenza e bisogno di autoaffermazione. L'età postmoderna ci ha preparato un terreno di disimpegno dalle grandi ideologie, di crollo della fiducia nelle "luminose sorti e progressive" dell'umanità, e ci offre un clima fatto di senso di vuoto e di disorientamento, di ripiegamento e chiusura su di sé, con un campo visivo che si stringe sul mero presente e sui piccoli bisogni immediati della sfera privata della vita. Il narcisismo di tipo eroico del secolo scorso si tinge ora di apatia e debolezza, di edonismo, di dipendenza da ogni forma di potere esterno, passività, rifugio nello spazio privato e nel tempo immediato.

Il disimpegno e la rinuncia sembrano dominare il clima emotivo di fondo di comunità sempre più vaste, e il nuovo anti-eroe del duemila è un individuo molto privato, molto connotato dal principio di entropia, ancora pronto ad aderire a forme di comunità, ma con una marcata preferenza verso le situazioni più chiuse e regressive. Anche se negli scorsi anni molti milioni di persone sono tornate in tutto il mondo nelle piazze, questo sfondo rinunciatario e apatico non ha cessato, più che mai ora a gioco fermo, di dominare il quadro.

l'Io precario

Inautentico, precario, leggero, frammentato: questi sono gli aggettivi che gli studiosi hanno coniato per definire questa identità postmoderna. Da un lato le fratture esistenziali nella storia individuale (cambiamento di città, di lavoro, di stile di vita, rottura dei legami familiari), dall'altro le spinte epocali sempre più veloci al cambiamento, sollecitano fortemente una identità già fragile, che trova sempre più difficoltà a trovare l'equilibrio e la giusta tensione tra le speranze e le illusioni mediatiche da un lato, e le possibilità reali dall'altro, tra i bisogni sempre più forti di sicurezza, e la necessità di rispondere attivamente al ritmo di cambiamento del mondo. D'altro canto, i contesti culturali in cui viviamo, mentre da una parte ci spingono verso esperienze che superano le barriere spazio temporali (la realtà virtuale ne è solo un esempio), e ci lasciano illudere di poter scegliere di tutto e di più, di poter essere veramente noi stessi, di poter costruire in modo individualizzato la nostra identità, dall'altra parte i modelli mediatici di massa ci spingono viceversa verso una totale omologazione dei bisogni, degli stili comunicativi, e alla fine anche dei corpi e delle menti.

il supermarket dell'identità

Per la prima volta nella storia, da una trentina di anni la nostra identità non è più condizionata, e nemmeno legata, alle appartenenze familiari, al ceto sociale, all'ambiente di nascita. L'io moderno poteva scegliere, con l'autodeterminazione dell'eroe, di affrancarsi da queste radici, ma ne conservava la memoria e la percezione. Nell'epoca post moderna è diventato possibile, in apparenza, realizzare se stessi in diverse direzioni, senza bloccarsi in scelte definitive, rimanere aperti a tutti i venti del nuovo, ma questa ampiezza di possibilità finisce per essere fortemente ansiogena, e di fatto impedisce la costruzione di un vero progetto di identità. Prima o poi l'esito è l'insoddisfazione e il senso di fallimento, proprio perché, se le possibilità sembravano così tante, deve essere colpa mia se non ho combinato ancora nulla.

In passato, nell'epoca delle ideologie e dell'enfasi sulla produzione, ci si realizzava nell'età adulta con il lavoro, la famiglia, la ricerca di un ruolo sociale e di una immagine nella nostra comunità, e la costruzione dell'identità nel passaggio, per esempio, dall'adolescenza all'età adulta seguiva un progetto a struttura forte. Al presente, nell'epoca del pensiero debole, nell'era del consumo, dobbiamo parlare invece di un "io diffuso", dove il progetto di costruzione dell'identità è scomparso, dove diventa difficilissimo assumere impegni di una certa portata, dove il nido caldo dei genitori attrae fino a 40 anni, dove prosegue molto a lungo un atteggiamento ludico nei confronti della vita, e l'io, diventato light come il formaggio che non fa ingrassare, si riconosce e si realizza negli hobbies, nel tempo libero, nel divertimento, nella cura del corpo, nel look...

"Io saturato", anche perché i modelli sono tanti, gli stimoli tantissimi, e le possibilità infinite: si può cambiare continuamente modelli di riferimento e stili di vita. "Io multiplo" perché si può essere bravi ragazzi tutta la settimana e liberare il proprio alter ego nei rave parties del week-end, essere uno, nessuno e centomila in un solo giorno.

Il vantaggio consiste nella possibilità di dare svolte anche profonde alla propria vita, di non essere condizionati dalle proprie origini o dalle scelte fatte: per esempio si può interrompere un legame affettivo che non funziona più, si può cambiare lavoro, status sociale, orientamento sessuale...

Il prezzo da pagare è uno stile di vita frammentato e disimpegnato, la mancanza di coerenza, una certa dispersione, l'impossibilità di perseguire un progetto, realizzare qualcosa in cui riconoscersi.

a chi giova?

Se un tempo il prezzo della civiltà era una certa dose di nevrosi, cioè l'adattamento alla convivenza sociale comportava come contraltare un certo allontanamento dagli istinti e dalle pulsioni originarie della nostra base più arcaica, oggi il costo psicologico dell'adattamento alla globalizzazione è una certa base di *personalità borderline*, perché il senso della nostra integrità viene costantemente sollecitato da illusioni luminose, e invaso subito dopo dal vuoto di senso dei modelli collettivi.

Il prezzo di questa civiltà, che pur permette spazi mai osati per l'espressione istintuale, sembra essere la rinuncia definitiva al soggetto, come centro pensante, come assunzione di responsabilità, come capacità di scelta, come radicamento in un passato per costruire un senso di sé e un progetto per la propria vita.

Vediamo allora se riusciamo a focalizzare un importante corollario sociale di questo io postmoderno.

Se è facilmente attivabile la dipendenza dai modelli mediatici, se si è manipolabili in quattro e quattr'otto, con semplici slogan e belle immagini, se è facile sviluppare magiche illusioni, se il rischio depressivo è alto, allora questo io postmoderno è molto attratto dallo scivolare verso ogni forma di dipendenza. Se socializza in maniera molto fluida e mobile, facilmente si può fargli cambiare idea, perché avrà difficoltà a crearsi una sua coerente scala di valori. Inoltre tenderà facilmente a deresponsabilizzarsi, a colmare i suoi vuoti con ogni forma di "additivi" non sempre costruttivi...

Beh, anche ammesso che sia solo una (piccola?) percentuale di noi quella che si perde dentro forme patologiche di dipendenza, è meglio che apriamo subito gli occhi e ci svegliamo dall'ipnosi.

Abbiamo il quadro ideale per fare di molti di noi degli ottimi consumatori, un po' regrediti alla fase orale, pre-adolescenti non troppo intelligenti e pieni di bisogni da soddisfare immediatamente.

Toh, guarda caso, il tutto assomiglia tanto al famoso ragazzino di 11 anni non troppo intelligente che costituisce il target di riferimento su cui viene modellata gran parte della comunicazione pubblicitaria, e anche altri tipi di comunicazione...