



CENTRO INTERNAZIONALE DI STUDI ROSMINIANI
SIMPOSI ROSMINIANI

In collaborazione con



Conferenza Episcopale
Italiana



Diciannovesimo Corso dei “Simposi Rosminiani”:

***Il '68: una rivoluzione
dimenticata o da dimenticare?***

STRESA, COLLE ROSMINI, 21-24 AGOSTO 2018

***L'amore e l'amicizia ai tempi dei social¹:
dal '68 alla rivoluzione tecnoliquida***

Tonino Cantelmi

[La presente bozza di relazione deve ancora essere rivista e corretta dall'Autore per gli Atti. NDR].



1. Introduzione: dal 1968 alla rivoluzione digitale, ovvero dall'amore libero a Tinder

Cinquanta anni fa fu il '68. Una rivoluzione, per alcuni mancata, per altri fallita e per altri ancora da dimenticare. Certamente rivoluzionò i costumi sociali. E quelli sessuali in modo particolare. Per la prima volta nella storia sono i giovani a diventare protagonisti. Tutto iniziò nel 1964: i giovani rampolli della upper class americana dell'Università di Berkeley, guidati dallo studente cattolico italo-americano Mario Savio, danno vita ad una protesta che, come una onda travolgente, 4 anni dopo raggiungerà il suo acme nel maggio parigino. Occupazioni, assemblee, cortei e proteste si salderanno negli USA con un vasto movimento pacifista anti guerra in Vietnam. In Italia dall'autunno del '67 al febbraio del '68 tutte le Università italiane furono occupate: prima Trento, poi la Cattolica di Milano e via via le

altre. Nella manifestazione giovanile di Valle Giulia a Roma centinaia di feriti fra poliziotti e studenti: Pasolini si schierò con i poliziotti, figli di poveri, rispetto agli studenti, figli di papà. La protesta dei giovani è contro ogni forma di autorità e struttura: famiglia, scuola, università, politica, religione. Il processo del '68 è

1. Il testo qui presentato sviluppa alcune delle mie considerazioni esposte in diversi contributi scientifici e divulgativi prodotti negli ultimi anni, in particolare riprende le riflessioni contenute in: T. CANTELMÌ, *Tecnoliquidità*, relazione tenuta presso l'USMI (Unione delle Superiori Maggiori d'Italia) al Convegno: “Quanto un granello di senape” (Lc 17, 6). *Chiesa domestica e vita consacrata: luoghi e modalità per educare alla fede*, Roma, 5-6 dicembre 2012, <http://www.usminazionale.it/convegni/2012/cantelmi.pdf>, 2012; T. CANTELMÌ, *La postmodernità tecnoliquida. Rivoluzione digitale e mutazione antropologica*, in F. PAGNOTTA (a cura di), *L'Età di Internet. Umanità, cultura, educazione*, Mondadori Education - Le Monnier Università, Milano - Firenze 2013, pp. 198-212; T. CANTELMÌ, *Tecnoliquidità. La psicologia ai tempi di Internet: la mente tecnoliquida*, Edizioni S. Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2013; ed in particolare T. CANTELMÌ, in: F. PAGNOTTA (a cura di), *Linguaggi in Rete Conoscere, comprendere, comunicare nella Web society*, Mondadori Education, Milano 2015.

innanzitutto decostruzione. E oggi? Oggi i giovani sono di nuovo protagonisti: l'umanità vive nei social e nelle app, quasi tutti "inventati" da ragazzini. Sono i giovani a guidare una nuova rivoluzione: la rivoluzione digitale. E come nel '68 assistiamo al processo di decostruzione, questa volta della relazione, dell'identità e della verità. Ma una colossale differenza segna le due rivoluzioni giovanili: nel '68 i giovani contestavano gli adulti e sognavano un mondo migliore, proclamavano utopie e cercavano nuovi significati. Forse andò male, secondo molti. Oggi i giovani sono indifferenti verso gli adulti, non protestano e non propongono utopie: vivono un presente tecnologico dilatato, velocissimo e frammentato, sono disinteressati al passato e sostanzialmente non credono al futuro. La rivoluzione dei costumi sessuali avviata nel '68 oggi raggiunge l'estremo: nulla è così complicato come costruire una relazione autentica, salda e progettuale. Il dominio dell'emotivismo e del principio del piacere è netto. "La fantasia al potere", scandivano gli slogan giovanili del '68. Oggi i processi di decostruzione del razionale sono tali che potremmo dire "fake news al potere"! Il '68 fu indubbiamente una rivoluzione alla quale sono attribuibili le origini di molti problemi delle società attuali, ma non si può negarne il desiderio di giustizia, di miglioramento sociale e di recupero della centralità della persona e dell'umano. Oggi invece dobbiamo chiederci, alla luce della rivoluzione tecnodigitale, cosa rende umano l'umano, giacché l'intelligenza artificiale promette non solo di lavorare (meglio) degli umani, di pensare (meglio) degli umani, ma, stando alle ultime novità, di amare (meglio) degli umani! E se pensiamo alla sessualità in modo particolare, senz'altro il '68 segnò il prevalere della pulsione su ogni forma di costruzione razionale, proclamando l'abbattimento non solo della famiglia, ma anche della coppia: si affermò l'amore libero nelle (poche) comuni che ebbero vita (breve) negli anni '70. Cosa rimane oggi? Happen, Tinder, Badoo, tanto per citare alcune delle app di incontri più famose, sono figlie dell'amore libero del 1968? In realtà dobbiamo fare i conti con un'altra rivoluzione, le cui radici sono contemporanee al 1968 (in quegli anni nascevano le prime reti digitali, negli anni '70 le prime mail, negli anni '80 il web, negli anni '90 le chat e all'alba del nuovo secolo i social). Ma in cosa consiste la rivoluzione digitale? E come modifica le relazioni, l'amore, l'amicizia?

2. *La crisi dell'identità: la mutevolezza dell'esserci nell'orizzonte tecnoliquido*

Nel 1968 iniziò un processo di decostruzione delle istituzioni, della politica, dei sistemi educativi, della famiglia. Forse questo processo di decostruzione è stato portato davvero all'estremo dalla rivoluzione digitale, perché nella postmodernità tecnoliquida riguarda non più le strutture esterne all'uomo, ma la sua stessa identità. Esserci, "esserci-con", "esserci-per": questa è quella che ho definito la "progressione magnifica", che permette di partire da un Io (l'esserci), per passare ad un Tu (l'"esserci-con") e infine giungere ad un Noi (l'"esserci-per"), dimensione ultima e sola che apre alla generatività, alla creatività ed all'oblatività. In questa progressione però irrompono le formidabili componenti della società tecnoliquida: il narcisismo e la sua forma virale su base digitale, la tecnomediazione della relazione, l'amicizia *light*, a portata di "click", di *Facebook*, le relazioni virtuali nelle loro varie declinazioni ambigue, l'ipersessualizzazione dell'infanzia e il mostruoso incremento della cyberpornografia, la "gamizzazione" immersiva (ogni attesa è invasa da giochi digitali e intere generazioni crescono con i *video games*), la ricerca di emozioni forti, la velocità estrema.

Il punto di partenza della "progressione magnifica" dunque sarebbe l'esserci, cioè l'identità. Ma cosa vuol dire "esserci" nella società tecnoliquida? Le osservazioni condotte all'alba del terzo millennio, in piena postmodernità tecnoliquida, ci inducono a ritenere che esserci vuol dire oggi rinunciare ad una identità stabile, per entrare nell'unica dimensione possibile: quella della liquidità, ovvero quella 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 terzo 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 Musil² all'uomo-senza-legami di oggi in una sorta di continua 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 pro-

2. Vedi: R. MUSIL, *L'uomo senza qualità*, Mondadori Editore, Milano 2013 (*Der Mann ohne Eigenschaften*, voll. II, Berlin 1930, 1932).

fonda crisi, e il nuovo paradigma è l'ambiguità³.

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 psicosexuale, 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 in epoca postmoderna fatalmente legato alla soddisfazione di bisogni individuali che solo occasionalmente e per aspetti parziali corrispondono. In altri termini oggi l'incontro tra due persone sempre più spesso si basa fondamentalmente 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 individuali e l'emergere di nuovi e contrastanti bisogni determina inevitabilmente la rottura del legame e la ricerca di nuovi incontri che sempre più avvengono in Rete⁴. La fragilità dell'"essere-con" dei nostri tempi si evidenzia attraverso l'estrema debolezza dei legami affettivi, che manifestano un'ampia instabilità ed una straordinaria conflittualità.

Se l'identità è liquida, anche il legame interpersonale diventa liquido, cangiante, mutevole, individualista e dunque fragile. L'uomo del terzo millennio sembra rinunciare alla possibilità di un futuro e sembra 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 responsabilità che ne consegue, il ridursi dell'"esserci-con" all'istante e al bisogno momentaneo e individuale, mina nelle sue fondamenta l'"esserci-per", cioè la dimensione generativa e oblativa dell'uomo e della donna. Per esempio, se decliniamo tutto ciò nell'ambito psicoaffettivo e psicosexuale, 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 fa precipitare in una crisi senza speranze la dimensione genitoriale ("esserci-per"). Infatti la transizione al ruolo genitoriale sembra divenire oggi una sorta di utopia: la rinuncia alla genitorialità o il suo 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 in particolare modo: la debolezza del legame.

La "progressione magnifica", di cui parlavo, 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 prepotenti⁵. Eppure qualcosa non funziona. Lo avvertiamo dall'incremento del disagio psichico, dal sempre più pressante senso di smarrimento dell'uomo tecnoliquido, dalla ricerca affannosa di vie brevi e immediate per la felicità, dall'aumento del consumo di alcol e di 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. Qualcosa dunque non funziona sia a livello individuale che sociorelazionale: la liquidità dell'identità, con tutte le sue conseguenze, non aumenta il senso di felicità dell'uomo contemporaneo. Alcuni studi sul benessere fanno osservare che la felicità non è correlata con l'incremento delle possibilità di scelta⁶. 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), ma gli stessi studi correlano la felicità con il possedere invece un "criterio" per scegliere. 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 ben definite). Ma questa rinuncia ha un prezzo: l'infelicità. Ecco per-

3. Vedi: T. CANTELMÌ – R. BARCHIESI, *Amori difficili. La crisi della relazione interpersonale e il trionfo dell'ambiguità*, Edizioni S. Paolo, Cinisello Balsamo (Mi) 2007.

4. Vedi ad es.: T. CANTELMÌ – V. CARPINO, *Il tradimento online. Limite reale e virtuale dell'amore*, Franco Angeli Editore, Milano 2005.

5. Vedi: T. CANTELMÌ – F. ORLANDO, *Narciso siamo noi*, Edizioni S. Paolo, Cinisello Balsamo (Mi), 2005.

6. Si tratta della problematica ampiamente studiata in ambito psicologico, sociologico ed economico del "sovraccarico di scelta", *choice overload*, *over-choice*, espressione che indica un fenomeno proprio dei consumatori nella società postindustriale, introdotta da ALVIN TOFFLER nel suo libro *Future Shock* (New York 1970).

ché la “magnifica progressione” dall’“esserci-con” all’“esserci-per” mantiene anche oggi, e direi soprattutto oggi, un alto valore di significato, proprio per il suo portato anti-liquidità. Costruire dimensioni identitarie e di senso 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 tecnoliquidità⁷.

3. I nuovi linguaggi dell’amicizia e dell’amore nell’epoca digitale

Il 1968 ha modificato il linguaggio attraverso gli slogan e abbattendo tabù. I tabù sessuali in primo luogo e dunque ha modificato le relazioni interpersonali, l’amicizia, l’amore. Anche questo è un processo portato alle estreme conseguenze dalla rivoluzione digitale. Molte ricerche hanno evidenziato che l’era tecnoliquidità è contrassegnata dalla più straordinaria ed epocale crisi delle relazioni interpersonali. Dovremmo interrogarci su cosa abbia determinato la crisi della relazione interpersonale. Risulta troppo riduttivo e semplicistico attribuire tutte le responsabilità di questa crisi dei rapporti interpersonali a Internet e alle tecnologie digitali e alla loro diffusione pervasiva nella vita di milioni di individui. La tecnologia digitale con le sue potenzialità *social* risulta forse la risposta più semplice, e di immediato consumo, ad una crisi così netta delle capacità di relazione dell’uomo e della donna di oggi, e forse ne è anche una delle concause, come se, in una sorta di causalità circolare, l’esplosione della rivoluzione digitale avesse intercettato una crisi della relazione in parte già esistente, e al tempo stesso ne avesse accelerato drammaticamente lo sviluppo. Tuttavia alla base della crisi della relazione interpersonale ci sono almeno tre fenomeni, essi stessi amplificati a dismisura dalla inarrestabile rivoluzione digitale. È in questo intreccio tra fenomeni psicosociali e potenza della tecnologia digitale che si genera la postmodernità tecnoliquidità. I tre fenomeni identificabili sono⁸:

- L’incremento del tema narcisistico⁹ nelle società postmoderne (di cui gli innamoramenti in *chat* e le amicizie in *Facebook* sembrano essere i corrispettivi telematici), sostenuto da una civiltà dell’immagine senza precedenti nella storia dell’umanità;
- il fenomeno del *sensation seeking*, caratterizzato da una sorta di ricerca di emozioni, anche estreme, capace di parcellizzare e scomporre l’esperienza interumana facendola coincidere con l’emozione stessa (è come se tutta la relazione interpersonale coincidesse con l’emozione);
- il tema dell’ambiguità, cioè la rinuncia all’identità e al ruolo in favore di una assoluta fluidità dell’identità stessa e dei ruoli, con la conseguente rinuncia alla responsabilità della relazione e alle sue caratteristiche e potenzialità generative.

Il trionfo dell’ambiguità e della fluidità dell’identità impedisce una stabile assunzione di identità (esserci), che a sua volta si riflette nell’instabilità della relazione (“esserci-con”), la quale infine mina profondamente le possibilità generative e progettuali della relazione stessa (“esserci-per”). Questi fenomeni, unitamente al tema della “velocità”, sono alla base della profonda crisi della relazione interpersonale, che sempre più acquista modalità “liquide”¹⁰, indefinite, instabili e provvisorie. In questo senso la tecnomediazione della relazione (*chat*, *blog*, *sms*, *social network*) offre all’uomo del III millennio una risposta formidabile e affascinante: alla relazione si sostituisce la “connessione”, che costituisce la nuova privilegiata forma di relazione interpersonale. È fluida, consente espressioni narcisistiche di sé, esalta l’“emotivismo”, è provvisoria, liquidità e senza garanzie di durata, è ambigua e indefinita: la connessione (cioè l’insieme della tecnomediazione della relazione grazie alla tecnologia digitale) è dunque la più straordinaria ed efficace forma di relazione per l’uomo “liquido”.

Quali sono dunque le caratteristiche dei linguaggi postmoderni nell’amore e nell’amicizia? Innanzitutto assistiamo ad una perdita della narrativa personale: le persone, in modo particolare i bambini e gli adolescenti, sembrano aver perso la capacità di unificare in un percorso narrativo unitario il senso ed il significato delle

7. Vedi: Z. BAUMAN, *Il buio del postmoderno*, Alberti Editore, Reggio Emilia 2011; T. CANTELMÌ – P. PUGGIONI – S. TRUZZI, *L’uomo alle soglie del III millennio: il disagio psichico e la ricerca di senso*, Editore Cisu, Roma 2002..

8. Vedi: T. CANTELMÌ, *La postmodernità tecnoliquidità. Rivoluzione digitale e mutazione antropologica*, cit., pp. 204-205.

9. Cfr. T. CANTELMÌ – F. ORLANDO, *Narciso siamo noi*, cit.

10. Vedi: Z. BAUMAN, *Amore liquido. Sulla fragilità dei legami affettivi*, Laterza, Roma-Bari 2006 (*Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds*, Cambridge 2003).

molteplici esperienze. Questo consente alcuni paradossi, come per esempio la contemporanea contraddittorietà delle esperienze; è possibile vivere esperienze diverse per significato e senso e persino contraddittorie senza che questo possa essere percepito come un problema. Declinato nell'area amicale e sentimentale, questa modalità frammentata dell'esperire, rende fortemente *light* ed instabile la relazione. Tutto ciò va declinato con l'esplosione del tema narcisistico e con il dominio della ricerca dell'emozione forte, che sul piano affettivo rendono ancora più istantanea la relazione e soprattutto troppo legata ai bisogni personali, con un conseguente impoverimento dell'attenzione verso l'altra persona.

L'amicizia e l'amore si trasformano così sempre più in territori dove sperimentare se stessi, dove ricercare emozioni forti, dove soddisfare bisogni narcisistici e sempre meno in ambiti dove incontrare l'altro nella sua autenticità. D'altro canto tutta la tecnologia digitale e tutti gli universi tecnologici abitati dall'uomo postmoderno pongono la questione fondamentale di cosa è autentico e cosa non lo è. È autentico o più autentico il profilo *Facebook* o la persona stessa? È autentico o più autentico uno spigliato dialogo in *chat* o un imbarazzante incontro al bar? Risulta interessante notare il cambiamento sul tema dell'intimità che costituisce un territorio delicato e ricco di sfumature, che attiene all'amicizia, all'amore e ad ogni altra forma di incontro interumano. La tecnologia ha drammaticamente scardinato il concetto di intimità: con velocità sorprendente e senza alcun pudore in pochi "click" si ottengono confessioni e aperture incredibili in *chat* di ogni tipo o nei *social network* più frequentati. Ovviamente le confessioni non sono sempre sincere, ma spesso sono intime, persino troppo intime. È alle varie forme di messaggeria, ai *social network*, alle *chat* che affidiamo desideri, richieste, dichiarazioni di amore, parti di noi (come avviene ad esempio con il *sexting*: la pratica di inviare e scambiare per *sms* o in *chat* immagini intime di se stessi), imprecazioni, rabbie, minacce. L'intimità tecnomediata piace all'uomo postmoderno, al bambino e all'adolescente come all'adulto, tutti sempre più in difficoltà a gestire l'intimità reale. Certamente, la "ipersessualizzazione" precoce dei bambini e degli adolescenti rende ancora più arduo il nascere di una sana intimità: la relazione interpersonale quando transita dalla dimensione digitale a quella reale cortocircuita fatalmente in agiti, anche sessuali, persino in assenza di adeguate dimensioni di conoscenza intima reale, come se l'eventuale esperienza di conoscenza digitale surrogasse tutto quanto in genere antecede e accompagna la pienezza fisica dell'incontro.

3 Il linguaggio estetico

Con il 1968 si abbattono anche i canoni estetici tradizionali. E la rivoluzione digitale? L'amicizia e l'amore sono indissolubilmente correlati al tema della bellezza. Ma qual è dunque l'estetica del mondo postmoderno tecnoliquido? Molti indicatori suggeriscono che la dimensione estetica prevalente, nella quale sembrerebbero crescere i nativi digitali, sia pervasa da tre elementi: il *kitsch*, il *camp* e il gusto *horribilis*.

Nella seconda metà dell'Ottocento, quando i turisti americani volevano acquistare in Europa un quadro a poco prezzo, allora chiedevano uno *sketch*, uno schizzo. Da qui, secondo alcuni, sarebbe nato il termine *kitsch*, per indicare le esperienze estetiche di scarso valore, facili, celebrative, volte alla ricerca di un effetto rapido e appariscente. Il *kitsch* è in ultima analisi una sorta di *mass cult* del bello, a tratti anche *trash*, volto a soddisfare narcisistici impulsi pseudo estetici. La dimensione narcisistica, propria del mondo tecnoliquido, sembra trovare ampia soddisfazione nella risposta estetica *kitsch*.

L'altro fenomeno estetico è quello del *camp*, che consiste nel trasformare il serio in frivolo, giocando sull'ambiguità, sull'esagerazione, sulla raffinata volgarità e sull'eccentrico. L'androgino è certo uno delle più significative immagini della sensibilità *camp*, che intercetta bene il bisogno di ambiguità della postmodernità liquida. Inoltre appare evidente come il mondo tecnoliquido sia anche attratto dalla bruttezza, dal gusto dell'orrido e del grottesco, nonché dall'estetica del *cyberpunk*, tutte manifestazioni di una nuova e celebrativa estetica della bruttezza, volta a soddisfare il bisogno di "emozioni forti" della società postmoderna tecnoliquida. Il *kitsch*, il *camp* e il gusto dell'*horribilis* rappresentano le prevalenti dimensioni estetiche che soddisfano alcuni dei bisogni dell'uomo postmoderno. È in questo contesto estetico, narcisistico (*kitsch*), ambiguo (*camp*) ed emotivo (*horribilis*) che crescono i bambini e gli adolescenti immersi nella tecnoliquidità.

Nonostante tutto ciò l'esperienza estetica rimane comunque una manifestazione dell'essere umano e proprio grazie ad essa la bellezza potrebbe essere, insieme alla spiritualità, vettore del superamento del paradigma della tecnoliquidità. Come è noto, Dostoevskij fa esclamare al protagonista dell'*Idiota* la famosa frase: «la bellezza salverà il mondo!»¹¹ e noi potremmo con lui augurarci che essa possa salvare i nativi digitali.

11. F. DOSTOEVSKIJ, *L'idiota*, Rizzoli Editore, Milano 2013 (*Iduom* 1869), parte III, cap. 5.

Ma quale bellezza e soprattutto quale estetica? Quella *kitsch*, *camp* o quella *horribilis* sempre più diffuse nella tecnoliquidità? La bellezza è da sempre di per sé un concetto complesso e problematico, nel romanzo *I Fratelli Karamazov*, uno dei protagonisti, Dmitrij, non può fare a meno di osservare che la «bellezza è una cosa spaventosa e terribile, spaventosa perché non è definita ...», ed è proprio qui, nella bellezza terribile e paurosa, misteriosa e indecifrabile, «che il diavolo combatte con Dio e il campo di battaglia è il cuore dell'uomo»¹².

L'estetica tecnoliquida esprime oggi a pieno il declino della bellezza, trasformata in spettacolo e consumata secondo modalità tecnocannibaliche, ridotta ad una esperienza autoreferenziale e ornamentale.

In realtà esperire il bello richiede risorse: risorse emotive, cognitive, simboliche e persino spirituali. E allora quale bellezza salverà il mondo? A quale bellezza dobbiamo educare i nativi digitali? Ciò che è importante recuperare, dinanzi al mutismo spettrale delle forme artistiche tecnoliquide, è la dimensione etica e al tempo stesso enigmatica della bellezza, sia di quella naturale che di quella artistica. Le grottesche forme del *kitsch*, del *camp* e dell'*horribilis* possono essere superate dalla bellezza considerata come uno dei modi trascendentali in cui l'essere si esprime. Il compito della proposta spetta ad adulti coraggiosi, che siano in grado di recuperare l'immenso patrimonio di bellezza che il creato e l'arte hanno prodotto nei secoli. Ma soprattutto occorre ritrovare il coraggio di proporre alle generazioni digitali la "ricerca" della bellezza e di svelarne il tesoro simbolico, oltre che percettivo, in essa contenuto. Se alla *digital mind* dei bambini e degli adolescenti sarà concesso di "esperire" il bello, allora essa potrà "vedere l'invisibile", come è stato detto in modo efficace a proposito dell'opera di Kandinsky¹³ e come potremmo dire noi a proposito di ogni autentica bellezza: cioè sarà possibile rimandare ad un "oltre" capace di restituire l'umanità ad ogni forma di *digital mind*.

4 In conclusione

In conclusione il 1968 è stata una rivoluzione dei costumi, che ha in comune con la rivoluzione digitale il processo di decostruzione della realtà e il protagonismo dei giovani. Ma il mondo postmoderno tecnoliquido è ancora tutto da definire. La rivoluzione digitale è in atto e a mio parere, al di là di quanto detto, recupera alcune istanze del 1968 solo per quanto riguarda tre punti: il protagonismo dei giovani, il processo di decostruzione della realtà, il prevalere della pulsionalità e del principio del piacere. Ma il pianeta tecnodigitale ha rigettato ogni istanza ideologica, ogni utopia, ogni desiderio di costruzione di una realtà nuova: la realtà digitale ha inglobato tutto questo e rappresenta il nuovo orizzonte esistenziale. Molti sono stupiti dagli *hikikomori*, giovani giapponesi che si chiudono in una stanza e decidono di non uscirne più, catturati da una irresistibile tecnologia. Le forme di dipendenza dalla tecnologia forse sono la patologia più insidiosa della multimedialità: Internet, il computer, il tablet, lo smartphone, i *video game*, e nulla più, il resto non esiste per questi nuovi reclusi sociali, la cui esistenza si annulla nello schermo e nelle infinite cyberesperienze. Siamo vorticosamente precipitando in una "società incessante", sempre attiva, sempre lì a digitare, a postare, a twittare, a condividere foto, parole e emozioni, senza differenze tra giorno e notte, tra feriale e festivo, tra casa e ufficio. Poco più di dieci anni fa presentai in un congresso di psichiatria a Roma i primi quattro casi italiani di dipendenza da Internet¹⁴ nei quali amori e amicizie reali risultavano inesistenti, la vita di questi soggetti era stata assorbita in modo totale dal computer e da Internet. Queste prime osservazioni, arricchite da successivi contributi di molti ricercatori italiani, diedero vita a un vasto percorso di ricerca, che ha avuto come obiettivo l'esplorazione della mente umana proprio mentre iniziava una ineludibile e ancora imprevedibile mutazione antropologica, quella dei cosiddetti nativi tecnoliquidi, cittadini nati nel mondo tecnoliquido postmoderno.

La "società incessante" è in fondo l'espressione della postmodernità tecnoliquida, che è caratterizzata, infatti dall'abbraccio ineludibile tra il mondo liquido, così come annunciato da Zygmunt Bauman¹⁵, e la rivoluzione digitale, così come proposta da Steve Jobs e dai tanti profeti della rivoluzione digitale. In definitiva la rivoluzione digitale e la virtualizzazione della realtà intercettano, esaltano e plasmano alcune caratteristiche dell'uomo liquido: il narcisismo, la velocità, l'ambiguità, la ricerca di emozioni e il bisogno di infinite

12. F. DOSTOEVSKIJ, *I fratelli Karamazov*, Einaudi Editore, Torino 2014 (*Братья Карамазовы* 1880), libro III, cap. 3.

13. Vedi: M. HENRY, *Vedere l'invisibile. Saggio su Kandinskij*, Guerini & Associati, Milano 1996 (*Voir l'invisible. Sur Kandinsky*, Paris 1988).

14. Vedi: T. CANTELMÌ – C. DEL MIGLIO – M. TALLI – A. D'ANDREA, *Internet Related Psychopathology: primi dati sperimentali, aspetti clinici e note cliniche*, «Giornale italiano di psicopatologia» 6 (2000), 40-51.

15. Z. BAUMAN, *Il buio del postmoderno*, cit.

relazioni *light*. Tuttavia la caratteristica fondamentale della socialità tecnoliquida consiste nella pervasiva tecnomediazione della relazione. Queste osservazioni confermano che la virtualizzazione della relazione e la sua spiccata tecnomediazione eleggono una nuova forma di relazione: la connessione e tutto ciò non può non ricadere nei delicati ambiti dell'amicizia e dell'amore, definendo nuove forme dell'esperire e nuovi linguaggi dell'espressione sentimentale.

Siamo già nella fase della "condivisione senza attrito", che permetterà ai *social network* di inviare aggiornamenti di stato dell'utente ogni volta che guarderemo un video su *YouTube* o leggeremo notizie su un giornale *on-line* o scaricheremo una immagine, una canzone o altro: il nostro *social network* lo comunicherà automaticamente agli altri utenti, trasformati così in tanti amici, e questo senza mediazioni, senza elaborazioni introspettive dell'esperienza. I *social network*, abolendo ogni forma di distinzione tra privato e pubblico, hanno trasformato l'amicizia in una forma di "condivisione" aperta, dove siamo in costante e continua "rappresentazione" di noi stessi in una piattaforma globale.

In fondo, però, c'è la sensazione che la fine della società di massa e il transito nella tecnoliquidità postmoderna dovranno fare i conti con l'exasperazione della solitudine esistenziale dell'individuo e forse non sarà *Facebook*, né *Twitter* e neppure ogni altra forma di "socializzazione virtuale" a placare l'irriducibile bisogno di "incontro con l'altro-da-sé" che è proprio dell'uomo e della donna di ogni epoca: il bisogno di "incontro con l'altro" di persona, senza la mediazione di uno schermo digitale, è così prepotente e vitale che oltrepasserà il mondo tecnoliquido e restituirà all'amicizia e all'amore la loro potenza trasformatrice dell'esperire umano. C'è da chiedersi se non potrebbe essere proprio il recupero della dimensione spirituale ad accompagnare l'uomo postmoderno verso una nuova ultramodernità dell'umano, come ormai sostengono in molti. In piena epoca tecnoliquida l'amicizia e l'amore, nella loro autenticità, potranno sopravvivere ai "click" dei *mouse* e dei loro succedanei attraverso il recupero di dimensioni estetiche e spirituali rinnovate, capaci di restituire l'umanità all'essere umano.