

Quale profilo?

L'identità al tempo dell'era digitale/2

Concetta Ciampa *

Nel numero precedente della rivista abbiamo approfondito il tema sgombrandolo da possibili semplificazioni e mettendo in evidenza le diverse questioni teoriche imprescindibili per un'analisi non superficiale. I cambiamenti riguardanti le coordinate fondamentali che caratterizzano la vita dell'uomo (spazio, tempo ed esperienza corporea) in questa era post-mediale, unitamente alla descrizione delle caratteristiche dei *social media*, ci hanno fornito le basi per proseguire, in questa sede, l'argomentazione sul tema della formazione dell'identità nei suoi attuali processi di sviluppo.

Innanzitutto ci preme chiarire cosa intendiamo per identità. Dato che su di essa sono stati scritti fiumi di parole a seconda dei diversi punti di vista da cui si è guardata e analizzata la questione¹, precisiamo che l'identità è un concetto complesso e articolato. In questa sede intendiamo l'identità come «quell'insieme di attribuzioni che rendono una persona riconoscibile, specifica, unica e originale»²; un'originalità costituita da elementi biologici (patrimonio genetico, caratteristiche fisiche e corporee), sociali (ruoli ricoperti, modelli culturali di

* Carmelitana di S. Teresa (Torino); diplomata all'Istituto Superiori per Formatori.

¹ Dal punto di vista psicoanalitico cf S. Freud, *L'io e l'Es*, Bollati Boringhieri, Torino 1923. Dal punto di vista della psicologia sociale cf T. Mancini, *Sé e identità*, Carocci, Roma 2001; T. Mancini, *Psicologia dell'identità*, Il Mulino, Bologna 2010. Dal punto di vista sociologico cf M. Salici, *Fragili. La costruzione dell'identità nella società liquida*, Franco Angeli, Milano 2018; E. Morin, *L'identità umana*, Raffaello Cortina, Milano 2002. Dal punto di vista filosofico cf P. Ricoeur, *Sé come un altro*, Jaca Book, Milano 1993.

² S. Guarinelli, *Un canto a tre voci*, Ancora, Milano 2006, p. 9.

riferimento), storici (eventi che caratterizzano la storia di ciascuno, accadimenti che interpellano la vita), simbolici (senso e significato attribuito a sé stessi, al mondo e alla storia). Questi elementi ci consentono di riconoscere l'identità non come un qualcosa sussistente in sé, ma come il frutto di un'esperienza di continuità e distinguibilità. Tra ciò che mi consente di fare esperienza di me stesso nella *continuità* collochiamo quelle attribuzioni che hanno la caratteristica di una certa stabilità temporale (genere sessuale, famiglia di appartenenza, statura, bellezza, intelligenza, nazionalità...) e quegli elementi che il soggetto e l'ambiente di appartenenza ritengono possano dare una qualche continuità temporale all'identità. L'identità è anche esperienza di *distinguibilità*, in quanto il modo di riconoscersi e dare senso a sé stessi nel tempo è unico e diverso, a tal punto che ciò che io sono mi contraddistingue dall'essere di un altro. L'identità così intesa è un processo che si svolge nel tempo e nello spazio e che si caratterizza «per un senso di continuità di sé stessi nonostante il passare del tempo e l'evolversi della personalità, un senso di unicità e "differenziazione" rispetto all'ambiente circostante, un senso di coesione interiore»³ e un orizzonte di senso nel quale iscrivere e collocare sé stessi e le proprie scelte. Insieme alle esperienze di continuità e distinguibilità, un terzo fattore contribuisce a dar forma all'identità personale: la *discontinuità*. Nel corso dell'esistenza, infatti, ci sono eventi di rottura e di cambiamento radicale che si configurano come veri momenti di svolta e che comportano un cambiamento di rotta. A questo proposito può sorgere il dubbio se il "voltar pagina" (ad es. l'esperienza di un cambiamento importante di condizioni di vita) non implichi una perdita della propria identità. In che modo, dunque, rimaner-sé nell'attuarsi dell'esistenza? P. Ricoeur, filosofo francese del XX secolo, nella sua riflessione sull'identità evidenzia due modelli di permanenza nel tempo di sé stessi: «Il *permanere del carattere* e il *mantenersi della promessa*. Si tratta di due modalità qualitativamente diverse con cui ciascuno permane sé stesso nel tempo: alla "continuità del carattere" risponde, infatti, "la costanza della promessa"»⁴. Rispetto alla nozione di carattere, il pen-

³ M. Kozuch, *Identità e stima di sé*, in «Tredimensioni», 11 (2014), p. 174.

⁴ V. Conti, *Il «Chi della storia». Un possibile rilancio della proposta antropologica disciplinare di L.M. Rulla in dialogo con la psicologia fenomenologica di G. Arciero*, Glossa, Roma 2018, p. 507.

siero di Ricoeur ha maturato nel tempo un'evoluzione: dall'intendere il carattere come "l'involontario assoluto" a cui acconsentire, al concepirlo come una "disposizione acquisita", un'abitudine ad essere in un certo modo che si sedimenta nel tempo, concretizzandosi in una storia ed entrando in dialogo con il nuovo che accade.

Oltre a quello del carattere Ricoeur mette in luce un secondo "modo di permanenza nel tempo" dell'identità del chi: quella della parola mantenuta in fedeltà alla parola data... questo modo del mantenersi di sé, quello della fedeltà all'amicizia, all'impegno preso, alla parola data sfugge dal modo del permanere di ciò che lungo il tempo ho contratto. Al limite, là si dà un permanere che può essere addirittura "nonostante me", qui si dà un mantenersi che "nonostante tutto" può dipendere solo e soltanto da me⁵.

Questi due modelli si differenziano in base al diverso fondamento che li contraddistingue: il permanere del carattere si radica su ciò che si sedimenta dentro di sé, mentre il mantenersi della promessa è resa possibile solo dall'alterità che sta davanti a colui che sceglie di essergli fedele.

Alla luce di queste riflessioni il passaggio successivo che compiremo è quello di chiarire che l'identità a cui intendiamo far riferimento scaturisce da una fruttuosa dialettica tra il permanere del carattere e il mantenersi della promessa, e si configura come identità narrativa

nel senso di una identità che si dà in quella forma linguistica che solo il racconto permette. È infatti solo il racconto la forma linguistica che permette di articolare la continuità del personaggio (l'essere sempre sé) nell'imprevedibile variabilità della trama (ciò che nella vita capita o può capitare) mantenendo in tensione come al rimaner-sé del personaggio non sono per nulla indifferenti gli accadimenti che costellano la trama⁶.

Il racconto è ciò che permette all'identità di dirsi e di riappropriarsi di sé in ogni fase della vita e nell'intreccio degli eventi che la contraddistinguono. L'identità narrativa può rivelarsi in un racconto inappropriato o autentico della propria storia; in questo senso il cam-

⁵ *Ibid.*, pp. 510-511.

⁶ *Ibid.*, p. 512.

mino di accompagnamento di una persona può essere orientato alla elaborazione di un racconto quanto più autentico possibile di sé stessi e della propria storia.

All'identità così pensata e alla costruzione dei processi identitari, il mondo dell'infosfera in cui viviamo pone oggi nuove sfide, che abbiamo cercato di argomentare e illustrare nei paragrafi successivi.

1. Identità e profili

La personalizzazione dei *media* (*Iphone*, *Ipad*, dove il suffisso *I* richiama proprio l'appartenenza dello strumento al singolo) impone una riflessione circa cosa si comunica della propria identità tramite i *personal media*. La comunicazione mediata da computer cosa rivela di sé?

Tendenzialmente si dà forma ad una rappresentazione di sé, attribuendo un volto alla propria identità, attraverso l'assunzione di una "maschera" (come in teatro) per interpretare una parte, un ruolo che ci permette di relazionarci nello spazio sociale della rete. Proviamo ad analizzare come ciò avviene: nei *social network* come *Facebook* (ma anche nella famosa applicazione di messaggistica *Whatsapp*) ciascuno deve costruirsi un profilo, attribuendosi una foto che, in qualche modo, viene scelta per autorappresentarsi, per identificarsi sulla propria *home page* ed essere individuato tra i contatti degli amici. Nei *social*, al proprio profilo è associata non solo una autorappresentazione di sé, ma anche una autonarrazione in cui si dichiarano e descrivono gusti, passioni e interessi personali. Attraverso foto, immagini e testi si costruiscono delle narrazioni di sé, della propria vita e delle proprie esperienze da condividere con gli altri.

Ci sembra interessante soffermarci sulla prima delle operazioni evidenziate: la scelta dell'immagine per il proprio profilo. Che tipo di immagine viene scelta e per quale uso strategico? Nello studio di P. C. Rivoltella citato in nota, l'autore identifica tre tipologie di immagini scelte: referenziali, contestuali e poetiche. Sono immagini referenziali la fototessera e la foto muta: con la prima si sceglie di rappresentarsi con una foto ufficiale al fine di favorire la propria identificazione e reclamare l'autorialità dei contenuti postati; con la seconda, invece, si decide di rimanere nascosti e poco identificabili, di esserci (ma senza

troppo investimento) attraverso *l'avatar* grigio offerto di *default* e con basso impatto identitario.

Le immagini contestuali, invece, sono le fotografie *tranche-de-vie* e le fotografie personaggio. Nelle prime compare il volto della persona insieme ai suoi familiari o alla persona amata o con gli amici, in ritratti legati alla vita familiare e quotidiana. L'intento comunicativo è esplicito, si rivela chiaramente qualcosa di sé soprattutto in relazione al ruolo sociale ricoperto (fidanzato, moglie, compagno, padre, madre...). Esempi di fotografie personaggio, invece, sempre parzialmente rivelative, sono i personaggi dei fumetti o le caricature di sé o gli animali o qualche campione dello sport. Questa tipologia di immagini, scelte per rappresentarsi nel profilo, sono utilizzate per dirsi e nello stesso tempo sottrarsi, associando al proprio volto ciò che è socialmente riconosciuto e attribuito a quell'animale o a quel personaggio (un tratto specifico, una caratteristica comportamentale o caratteriale).

Infine, per il profilo personale si possono scegliere immagini poetiche, come le fotografie artefatte e le fotografie simbolo. Nelle prime si mostra il proprio volto ripreso dall'alto, in chiaro scuro, virato nel seppia, in negativo, focalizzando solo alcune sue parti (come gli occhi o la bocca); si tratta insomma di fotografie di posa, "artistiche". «Pur nella riconoscibilità del volto, gli utenti che fanno questa scelta tendono ad attribuirsi una qualche eccezionalità, attraverso un'immagine sofisticata rivendicano un'originalità, affermando il principio della loro distinzione»⁷. Alla categoria delle fotografie simbolo appartengono, invece, le immagini poetiche completamente decontestualizzate, come la foto di un paesaggio, una scritta politica o una frase poetica, un quadro o un'icona religiosa. Solitamente chi utilizza questa tipologia di immagini intende associare la propria identità con grandi istanze valoriali, ideali, politiche o religiose (la bellezza del creato, piuttosto che la fede).

Descrivendo le diverse tipologie di profili scelti, Rivoltella, in conclusione al suo studio, fa notare come l'immagine referenziale sia la più utilizzata; ciò confermerebbe quanto il *social network* non sia pen-

⁷ P.C. Rivoltella, *Il volto "sociale" di Facebook. Rappresentazione e costruzione identitaria nella società estrofllessa*, in D. Vinci (a cura di), *Il volto del pensiero contemporaneo*, Il pozzo di Giacobbe, Trapani 2010, p. 515.

sabile come mondo parallelo al mondo reale ma come suo prolungamento integrato, e chi lo frequenta non desidera *in primis* simulare il proprio volto, ma essere riconosciuto.

2. Identità e confini

Un'altra questione fondamentale relativa all'identità al tempo dei *media* digitali riguarda il modo in cui viene ridefinito, nella realtà sociale, il rapporto tra pubblico e privato. Quali sono i confini tra ciò che appartiene alla propria sfera privata e intima e ciò che invece rientra nell'ambito del pubblico e dell'esteriore? Per rispondere a questa domanda è necessario capire in che modo viene ridefinito questo rapporto e perché esso è cambiato. Sono identificabili due ragioni per cui i *media* digitali contribuiscono a ridefinire il rapporto tra spazio pubblico e spazio privato.

In primo luogo, come abbiamo precedentemente descritto, una delle caratteristiche dei nuovi *media* è la loro portabilità; il fatto che siano sempre con le persone ha fatto sì che, ad esempio, lo spazio-tempo lavorativo abbia allargato i suoi confini, non finendo più concretamente nel luogo e nel tempo in cui esso si esplica. Spesso, fuori dall'orario lavorativo, le persone rimangono sempre raggiungibili e, anche se a casa, si portano il lavoro tra i confini delle mura domestiche, permettendo così l'invasione del pubblico nel privato e facilitando la confusione tra i due spazi esistenziali. Tale invasione di campo avviene anche nell'altra direzione: spazi pubblici in cui prendono il sopravvento contenuti privati. È ciò che capita ad esempio quando sui mezzi pubblici si è costretti ad ascoltare i discorsi e i dialoghi privati di altre persone che parlano ad alta voce (e senza filtri) di questioni personali che non dovrebbero essere esposte alla mercé di tutti. Purtroppo questo comportamento di cattivo gusto sta diventando abituale, sfociando in una prassi di costume che rischia di rendere ancora più confusi i confini della propria identità privata.

L'altra ragione per cui sta cambiando il rapporto tra spazio pubblico e privato è attribuibile al modo con cui si comunica in internet: l'interfaccia del proprio pc o *smartphone* rende più difficile essere consapevoli del fatto che ciò che è scritto e postato sui *social*, pur se realizzato per pochi intimi, diventa pubblico. Anche dopo anni, scrit-

ti e immagini pubblicate possono essere reperite e rimangono come tracce della persona a cui appartengono.

A fronte di questa situazione, la confusione tra pubblico e privato è all'ordine del giorno e ha condotto alla nascita di un nuovo concetto: quello di "estimità". Con tale categoria si intende affermare che oggi, spesso, quello che tradizionalmente era dentro, intimo, in quanto appartenente al mondo interiore privato, tende ad essere vissuto e comunicato al di fuori. «L'estimità è quel processo che porta a condividere con altri (con "altri" in senso generalizzato) cose che probabilmente 30-35 anni fa non avremmo mai pensato di condividere. L'estimità non va confusa con l'esibizionismo: è qualche cosa che concorre oggi alla costruzione identitaria e alla produzione e al mantenimento dei legami»⁸; non va concepita, quindi, in termini negativi e antitetici all'idea di interiorità come luogo in cui, attraverso un processo di internalizzazione, si fanno propri valori, convinzioni e ideali religiosi. Se concordiamo sul fatto che l'identità di ciascuno non si forma nell'isolamento, ma in relazione agli altri e agli incontri che con essi si vivono, oggi uno spazio di incontro, di condivisione e di messa in comune di ideali e valori è rappresentato dai *media*. In tale spazio la persona dà voce alla propria estimità e costruisce la sua identità.

Le riflessioni qui condotte circa la costruzione dei confini della propria identità nella ridefinizione del rapporto tra spazio pubblico e privato portano con sé delle ricadute importanti dal punto di vista educativo e formativo.

3. Identità e senso critico

Una delle questioni problematiche della comunicazione mediata dalle nuove tecnologie è la tendenza ad uniformare il pensiero delle persone; infatti, al di là dell'apparente pluralismo rivendicato dai sostenitori della rete che ne fanno il luogo della libera espressione, spesso i punti di vista differenti tendono a scomparire dietro la ricerca di consensi e di *like*. Questa tendenza omologatrice dei *media*, se

⁸ P.C. Rivoltella, *Identità e nuovi media*, in «Tredimensioni», 16 (2019), p. 59.

non ben neutralizzata, rischia di ridurre l'originalità di ciascuno e la possibilità di sviluppare un approccio critico nell'analisi della realtà e nell'espressione delle proprie convinzioni.

C'è un'altra questione che ci preme mettere in luce: la constatazione della difficoltà di maturare come persone libere e vere in una società in cui l'informazione è, oltre che sovrabbondante, soprattutto inquinata da *fake news* e da messaggi violenti, seduttivi, manipolatori, riduttivi e camuffati. Proviamo a comprendere meglio cosa sono le *fake news* e quali dinamiche comunicative innescano. L'espressione, come precisa papa Francesco nel messaggio per la 52ma Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali, si riferisce a informazioni infondate basate su dati inesistenti o distorti, messe in circolazione per ingannare e manipolare chi legge. Spesso la divulgazione di tali false notizie è strumentalmente orientata a raggiungere fini politici e/o economici. La natura mimetica delle *fake news*, cioè la loro capacità di sembrare credibili, ne determina l'efficacia nel catturare l'attenzione dei destinatari: false, ma verosimili, fanno leva sui pregiudizi e sugli stereotipi diffusi all'interno del tessuto sociale, per suscitare emozioni quali il disprezzo, la rabbia, l'ansia o la commozione epidermica. L'uso manipolatorio dei *social network* favorisce la diffusione virale di tali notizie che, in breve tempo, guadagnano visibilità, influenzando a tal punto l'opinione pubblica che neanche le smentite ufficiali e autorevoli riescono a scalfire. Ciò che rende ancora più difficile svelare e smascherare la falsità delle *fake news* è dovuto alla loro diffusione in ambienti digitali omogenei e impermeabili alle prospettive e opinioni altrui. Le *fake news* creano e alimentano la logica della disinformazione, che si diffonde e si radica nella società come un'edera difficile da sradicare: pregiudizi e stereotipi impediscono un dialogo costruttivo e aperto alle divergenze di pensiero e chiudono in un circolo informativo vizioso dove si diventa involontariamente attori e diffusori di notizie infondate e false. La disinformazione diventa particolarmente dannosa quando crea un clima di sfiducia negli altri e di screditamento tale da indurre a vedere nemici ovunque. In un clima societario di disinformazione, di relativizzazione e di occultamento della verità, non solo le relazioni rischiano il deterioramento, ma soprattutto la persona fatica ad accedere alla propria intimità, rischiando di rimanere sulla superficie delle realtà e dei problemi, e i processi di costruzio-

ne identitari finiscono per patire l'instabilità e la fragilità del terreno in cui affondano le radici.

Alla luce di queste considerazioni riteniamo che un cammino formativo abbia un ruolo centrale nell'educare e promuovere nei formandi senso critico e capacità di individuare rischi e opportunità dell'informarsi nel tempo dei *media* digitali. Formare identità libere e responsabili significa anche metterle nelle condizioni di apprendere come leggere e valutare il contesto comunicativo in cui vivono. Consapevolezza e senso critico, dunque, sono gli antidoti da stimolare per impedire che si diventi sempre più divulgatori inconsapevoli di disinformazione e di conflitto.

4. Identità e comunità

L'identità è un processo storico che avviene grazie al nostro essere "in" e "per" la relazione. La struttura antropologica dell'uomo è relazionale: solo nel dialogo con l'altro, infatti, si scopre sé stessi, la propria unicità e si cresce. Il ruolo delle comunità (familiari, amicali, parrocchiali) è fondamentale per il compiersi di tale processo. La domanda che ci poniamo in questa sede è: «In che misura e come le *web community*, spazio comunitario mediato dai *media*, possono contribuire o meno alla formazione in tal senso?».

In linea generale riteniamo che la rete possa contribuire nell'educazione alla solidarietà e alla partecipazione responsabile e che la qualità delle relazioni in rete dipenda in larga misura dall'intenzionalità di chi vi partecipa, pur non potendo prescindere dalle caratteristiche intrinseche dello strumento digitale e dalle regole "grammaticali" che ne caratterizzano il linguaggio. È innegabile, infatti, che la rete permetta e favorisca alcune azioni e intenzionalità, ma ne precluda altre. A titolo esemplificativo: la modalità di raccontarsi cambia a seconda che si decida di scrivere un'autobiografia o un diario, piuttosto che una storia di un'esperienza della propria vita su *Instagram*. Infatti, nel primo caso l'uso esclusivo del canale testuale "obbliga" le persone a sostare e ad assumere una posizione riflessiva e a sviluppare un pensiero lineare (cronologico) e discorsivo; nell'altra situazione, invece, l'uso prevalente dell'immagine spinge a raccontarsi per *flash* e a far emergere non tanto l'interiorizzazione e la rielaborazione che

sta dietro a quel particolare vissuto, quanto l'emozione e la coloritura affettiva che quell'esperienza porta con sé, favorendo il pensiero non lineare e circolare, dove l'organizzazione dei racconti segue prevalentemente la logica dell'interesse riservato ad essi dal soggetto stesso e dalla cerchia di *followers* a cui i racconti sono destinati.

Dunque, a seconda della consapevolezza circa le opportunità o gli impedimenti che la rete offre per coltivare e crescere dal punto di vista relazionale, la rete può diventare il luogo in cui rimanere imbrigliati nell'isolamento e nella solitudine, oppure la trama delle relazioni che si sviluppano contemporaneamente nelle due modalità comunicative offerte dall'*online* e *offline*.

Tali considerazioni fanno emergere il grande spazio educativo che si apre davanti ai formatori, il cui compito diventerebbe quello di formare persone alfabetizzate e avvedute circa la grammatica intrinseca che contraddistingue il linguaggio multimediale, così che ciascuno possa scrivere la propria identità narrativa parlando una lingua conosciuta nei suoi limiti e nei suoi pregi e potendo scegliere anche, a seconda delle situazioni e delle circostanze, quale linguaggio utilizzare.

È fondamentale, infatti, riconoscere le regole che supportano lo strumento tecnologico per scoprire se e come sia possibile coltivare relazioni ed amicizie non effimere e comunicare con autenticità. Chiedersi quale tipo di esperienza comunitaria (autentica o meno, profonda o superficiale) sia lecito aspettarsi che nasca dalla partecipazione e appartenenza alla *web community* dipenderà da un insieme complesso di fattori: le caratteristiche specifiche della rete in quanto canale comunicativo, la consapevolezza che ciascun soggetto ha di tale linguaggio e l'intenzionalità che muove il singolo nella partecipazione alla comunità.

Le ultime considerazioni aprono la strada alla tappa finale del nostro approfondimento dal taglio maggiormente pedagogico e pragmatico; l'appuntamento, dunque, è al prossimo numero della rivista dove troverete indicazioni e concreti suggerimenti educativi.