

Il «sovranoismo psichico» di un'Italia povera e incattivita

- Roberto Ciccarelli, 08.12.2018

Rapporto Censis. I migranti il capro espiatorio degli italiani passati alla «difesa delle trincee». Il reddito ristagna: tra il 2000 e il 2017, 400 euro in più all'anno contro i 6 mila in Francia

Sovranismo psichico, prima ancora che politico. È la definizione del Censis nel 52esimo rapporto presentato ieri al Cnel a Roma. Più che un'analisi sui dati dell'economia, e della sua crisi, l'indagine trova un suo interesse per il panorama che offre sulla crisi della soggettività nell'epoca del risentimento e del «populismo» al potere.

L'espressione ridondante di «sovranoismo» non allude solo al conflitto tra Stato-Nazione e tecnocrazia europea, ma al cittadino-consumatore che «assume i profili paranoici della caccia al capro espiatorio». Si esprime «in un egolatrico compiacimento nei consumi» mentre il suo reddito ristagna tra il 2000 e il 2017, solo 400 euro in più all'anno contro i 6 mila in Francia dove sono insorti i gilet gialli ed è drammatica l'emergenza casa (solo 4 mila alloggi sociali costruiti) in un paese di gente senza casa e di case senza gente.

LA CACCIA AL CAPRO ESPIATORIO è auspicata, per motivi elettorali, dai populistici. Dall'alto, sul balcone di Facebook c'è un ministro dell'Interno che gestisce un'economia psichica che ieri aveva al centro il «rancore» e oggi la «cattiveria» contro gli inermi. In basso, si registrano le aggressioni, quella fascista di Macerata o quella a una ragazza rom l'altroieri nella metro di Roma. L'alto e il basso si saldano nelle norme del cosiddetto «Dl sicurezza»: galera contro «l'accattonaggio molesto», oppure per i sindacati e movimenti che fanno blocchi stradali o occupano. In entrambi i casi si prospetta l'uso penale del diritto contro il dissenso e i poveri. «La conflittualità latente, individualizzata, pulviscolare e disperata», rilevata dal Censis, non è uno stato di natura, ma una condizione governata attraverso l'uso mediatico di un'emergenza fittizia.

VIVIAMO IN UN'«ERA biomediativa» dove si è rovesciato il rapporto tra l'io e il sistema dei media. Il soggetto ne è diventato il protagonista centrale, anche perché senza di lui Facebook o Twitter non esistono. Geniale invenzione: piattaforme senza contenuti che realizzano i loro profitti con i contenuti personali prodotti gratuitamente dai loro utenti.

Ciò che legittima questa situazione è la «vetrinizzazione del sé», la vita trasformata in un brand dell'io. Le fashion blogger, gli «autori» o i politici, ad esempio. Il Censis interpreta questa trasformazione nei termini della «celebrità». Un terzo del suo campione ritiene che la popolarità sui social network sia un ingrediente «fondamentale», a dispetto dei titoli di studio (il 41,6% tra i 18-34enni). Ma, allo stesso tempo, un quarto afferma che i «divi» non esistono più (il 24,6%). Nell'economia digitale, tuttavia, tutti sono sollecitati a mettersi in mostra. La nostra esistenza coincide con la «visibilità» e, talvolta, con la sua monetizzazione. Non è un'eccezione, è la regola. I social media fanno parte della politica non sono «pre-politica», né sovrastruttura. È politico il lavoro di chi, nello stato e nel mercato, forma il senso comune a partire dal sistema pulviscolare degli account personali. Il «sovranoismo psichico» unisce le élite al loro popolo reinventato quotidianamente sulle piattaforme digitali. E lo chiama «popolo».

SIAMO PASSATI DALL'ASSALTO al cielo alla «difesa delle trincee», la formula del Censis è efficace. Segno che per questa soggettività introflessa, vulnerabile e capace di affermare la sua passione per le merci che non riesce più ad acquistare, la salvezza sta nel difendere l'ultima proprietà che resta:

la sovranità sull'identità. L'intolleranza verso gli stranieri, sui confini esterni, ha un analogo all'interno.

L'identità è sessuata, maschile, tradizionalista e patriarcale. Il 43,2% del campione interpellato non vuole convivenze tra persone non sposate, il 37,1% è paladino della tradizionale divisione dei ruoli e il 22,7% è convinto che le faccende domestiche debbano essere svolte dalle donne. Lo pensa anche il 19,7% delle interpellate. È in questa torsione reazionaria che nascono le violenze maschili contro le donne, quelle che il movimento femminista Non una di meno denuncia instancabilmente da tre anni, non solo in Italia.

IL RISCHIO DELLE INDAGINI che intrecciano crisi individuali e sociali è limitare la clinica della paura alla dimensione psicologica e morale di un Io desovranizzato. La salvezza non sta in una nuova accumulazione del «capitale umano». Questa è una parte del problema, come emerge, ad esempio, nel libro di Federica Giardini *I nomi della crisi. Antropologia e politica* (Wolters Kluwer), una diagnosi chirurgica del nostro presente. Concorrenza, prestazione, empowerment i valori del «capitale umano» mescolano il tratto vitale delle passioni con una nuova gerarchia tra chi è più o meno concorrenziale.

Il «sovranoismo psichico» è una reazione a questa situazione impossibile, prodotta dal mercato e usata dal populismo. E va decostruito con una critica dell'economia politica, e psichica, di quello che siamo diventati in questa bolla dell'odio e dell'impotenza.

Le alternative esistono. Ieri Giuseppe De Rita ha accennato al desiderio di un altro mondo, «un senso diverso del futuro», di un «mondo come società possibile». In Italia c'è una società viva che lo sta cercando. Lo dimostrano, a nostro avviso, anche le manifestazioni antirazziste da Milano, a Catania, a Roma. Ci vuole coraggio nel rendere queste testimonianze politicamente attive.

© 2018 IL NUOVO MANIFESTO SOCIETÀ COOP. EDITRICE