

Da *Bollettino Salesiano* NOVEMBRE 2010,
Sfide etiche, per ragazzi, genitori, educatori

UN NUOVO VIZIO AL TEMPO DI FACEBOOK

di Sabino Frigato (s.frigato@ups.crocetta.org)

Tempi nuovi, nuovi vizi ... più quelli vecchi, naturalmente! Un vizio nuovo molto visibile oggi è la diffusa tendenza a piazzare se stessi in pubblico come un qualunque altro prodotto. Come? Raccontando se stessi: storie di vita, tendenze, gusti individuali, inclinazioni... ben oltre ogni discrezione e riservatezza. Sembra che poco o nulla debba ormai restare nel segreto del proprio io. Tutto di sé può essere raccontato, messo in piazza, pubblicizzato: massima sincerità, minima vergogna! L'importante è offrire un'immagine di sé accattivante, possibilmente bella, sempre interessante. Un narcisismo esasperato che unisce gente comune e classi dirigenti. È il vizio che Umberto Galimberti chiama senza mezzi termini: "spudoratezza", vale a dire il crollo di ogni difesa del proprio mondo interiore per proiettarlo al di fuori. E un vizio che, come ogni altro vizio capitale, deforma la percezione di sé riducendo le persone a uomini e donne di facciata, a prodotti da commercializzare.

SOLO ESIBIZIONISMO?

Il vizio della spudoratezza non è una questione di esibizionismo fisico-sessuale o di sculettamenti lascivi in TV. Più drammaticamente è il crollo della "separazione" tra il nostro interno, a noi solo noto, e l'esteriorità, dove conta in modo decisivo l'immagine. La società dei consumi insegna che un prodotto tira quando è debitamente pubblicizzato. Allo stesso modo si pubblicizza la propria immagine. Cosa non si fa per un posto di "velina" a *Striscia la notizia* o da "tronista" in *Amici* della De Filippi? «Chi non si mette in mostra e non è irraggiato dalla luce della pubblicità non ha la forza sollecitarci, di lui neppure ci accorgiamo»: così il già citato Galimberti. Risultato? Uomini e donne, giovani e meno giovani la cui identità è tutta fuori di sé, totalmente dipendente da quel che viene detto, rappresentato, pubblicizzato. E quando tutto ciò viene meno?

Programmi televisivi di grande *share* si reggono sullo spogliare non tanto e non solo dei corpi, quanto degli animi. Raccontarsi in pubblico non è forse un atto di grande sincerità e coraggio? Perché vergognarsi? Non è vero che più uno si espone e più ottiene ascolto, interesse, consenso e successo?

Il top dell'espone il proprio mondo personale è *fare outing*: gridare ai quattro venti la propria omosessualità. Di questa ventata di sincerità dobbiamo essere grati agli USA. Da quelle parti, *fare outing* equivale a smascherare l'orientamento sessuale di qualche personaggio che per motivi suoi attacca pubblicamente i gay. È fargliela pagare!

L'OUTING NOSTRANO E FACEBOOK

Da noi, invece, *fare outing* è parlare di se stessi. Un esempio senza aggettivi qualificativi di *outing* è stata la recente confessione dell'ormai ottantenne capo storico del movimento radicale italiano. Ha voluto comunicare a tutta la nazione i suoi amori omosessuali.

Furbescamente, *l'outing* gli ha permesso un nuovo spazio sui media, facendo parlare di sé. Un uomo sempre intelligentemente in linea con i tempi (!).

Uouting sarebbe la nuova terapia contro l'insincerità, la vergogna, l'eccesso di riservatezza e soprattutto contro il pudore repressivo. *Fare outing* è come un lettino virtuale su cui uno si sdraia e confessa, in pubblico e in modo teatrale, la propria vita privata e le proprie inclinazioni sessuali, certo di ottenere non sguardi o parole di riprovazione, bensì approvazione, applauso e... rilassamento psicologico. Più o meno sulla stessa lunghezza d'onda si basa l'immenso successo di *Facebook*.

Pare che circa 500 milioni di persone abbiano un profilo su questo fortunatissimo *social network*, uno su quattro di chi naviga in rete. Su *Facebook* finisce di tutto. E la *privacy*? Mark Zuckerberg, iniziatore di questo fantastico gioco comunicativo, rassicura il suo popolo che così va bene perché il concetto di *privacy* sta cambiando. L'importante, e comunicare, raccontare di sé. Se ogni anno gli affiliati raddoppiano le informazioni messe in circolo, vuol dire che la *privacy* non li turba più di tanto. Oggi, il non parlare di sé, il non buttarsi in piazza può suscitare il sospetto di insincerità o di voler coprire qualcosa di poco chiaro. La spudoratezza è un vizio che "deprivatizza" la persona: vale l'apparenza esteriore e il mettersi in mostra. E chi non accetta di buttarsi in pasto a chicchessia? Troverà certamente qualcuno, magari lo psicologo di turno, che lo accuserà di essere introverso, inibito e represso: semplicemente un disadattato sociale. È il trionfo dell'omologazione alla società dei consumi e del conformismo.

ILPUDORE, ANCORA LUI

Contro la spudoratezza, apprezzata "virtù" (?) al tempo di *Facebook* e dell'*outing*, vale solo il pudore. Una parola pressoché estranea al comune vocabolario. E, se conosciuta, con grande probabilità evocherà ansie censorie e centimetri quadrati di nudo esposti allo sguardo morboso del pubblico. Il pudore non è per nulla cosa da repressi, men che meno una questione di glutei e poppe al vento. Il pudore è la difesa del nostro "intimo". Ogni persona normale ha una sua vita fatta di relazioni, sentimenti, emozioni, di convinzioni, credenze, affetti, simpatie e via elencando. Il pudore non è blindare il nostro intimo rendendolo impenetrabile a chicchessia. Semplicemente si vuol essere e restare se stessi. Il cuore non si apre a chiunque. Oggi la voglia di abbattere le frontiere del "pudore" è troppo forte: soprattutto se alla notorietà seguono pure i soldi.

Riaffermare con forza la necessità del pudore, vale a dire della discrezione, della difesa della propria interiorità, anche a costo di apparire introversi e disadattati sociali, è l'unico modo per non svendersi sul mercato dell'effimero e del nulla. Un sacco vuoto non sta in piedi!