La stanchezza dell'«epoca egoista»

La stanchezza dell'«epoca egoista»

Nicola Villa

Dis-connessi/I giovani d'oggi, educati nel trentennio televisivo craxiano berlusconiano, hanno interiorizzato la lotta di tutti contro tutti

Immaginiamo un treno lanciato ad alta velocità, una «freccia» divisa in varie classi – ben oltre le novecentesche prima-seconda-terza – che per un guasto o un blackout sia costretta a fermarsi in mezzo al nulla. Immaginiamo quindi che i passeggeri di questo treno siano costretti a scollegarsi dai propri
devices (tablet, smartphone e computer) e a cercare di capire cosa sia successo.

Ebbene: quei passeggeri comunicherebbero tra loro?, si aiuterebbero, magari dopo ore di isolamento, condividendo acqua e cibo? oppure terrebbero per sé le loro provviste (i passeggeri «business» le hanno gratuite) e tenterebbero di sopravvivere a scapito degli altri? La suggestiva metafora non è originale, ma compare nell'ultimo Rapporto Censis di inizio anno che, a queste domande, fornisce una risposta sostanzialmente ottimista: l'epoca dell'egoismo vive una stanchezza decisiva; dai campioni di intervistati emerge il ritorno all'altruismo, al sociale, al volontariato, al bisogno di aiutare gli altri. La società italiana è un pendolo che sta cambiando direzione.

È significativo, però, che nel Rapporto le fasce d'età più «stanche» della nostra società dell'egoismo siano quelle più anziane (50-60 anni) e non le più giovani (20-30 anni). Il Rapporto ci dice che se quel trenoItalia avesse a bordo soltanto passeggeri giovani, la risposta alla situazione di emergenza sarebbe certamente più individualista che solidaristica. I giovani d'oggi, educati nel trentennio televisivo craxian-berlusconiano, hanno interiorizzato la lezione della lotta di tutti contro tutti che mette in palio il consumo come unica ragione d'esistenza, nonché il miraggio di un lavoro (la disoccupazione giovanile, 15-24 anni, è intorno al 40% secondo gli ultimi dati Istat).

Già Lu Xun, il padre della moderna letteratura cinese, si interrogava quasi cento anni fa sul perché i figli siano portati a perseguire i fallimenti dei padri e sul motivo per cui, invece, le giovani generazioni non siano naturalmente portate a contestare le precedenti, cercando di cambiare i dogmi in base ai quali sono stati allevati. Sono gli stessi nodi problematici che ci orientano nella redazione della rivista «Gli Asini», bimestrale di educazione e intervento sociale dedicata ai temi dell'infanzia e dell'adolescenza.

Crescere nell'assurdo, come diceva il teorico del '68 Paul Goodman, è ancora la cifra della *questione giovanile*, ma il disagio, la sofferenza e la rabbia dei giovani non sembrano oggi essere canalizzabili nella protesta e in spinte riformatrici. Si tratta di una questione che è ricomparsa di recente al centro del dibattito culturale, come dimostra l'uscita di libri che assurgono a livello di bestseller:
Gli sdraiati di Michele Serra (Feltrinelli, 2013) è stato il caso editoriale della scorsa stagione, un pamphlet reazionario che, auto-assolvendo la classe media dei padri dalle proprie responsabilità, ha colpevolizzato e biasimato l'abulia e la non-partecipazione dei figli. Del resto, anche «sdraiarsi» può essere una forma di contestazione e disobbedienza civile rispetto alla crisi degli adulti, come scrive Stefano Laffi ne
La congiura contro i giovani (Feltrinelli, 2014), quasi un antidoto alla retorica moralista dominante anti-giovanile. È difficile stabilire quando l'«essere giovani» sia diventata per il mercato e la cultura pop l'unica condizione da desiderare e perseguire: una condizione identificabile e spendibile in simboli e luoghi precisi del nostro immaginario – da Vasco Rossi a Berlusconi, passando per

Radio Deejay, le discoteche, i festival, la religione, lo sport e la politica come racconta Claudio Giunta in
Una sterminata domenica (il Mulino, 2013), viaggio postmoderno nell'Italia di oggi. Gli effetti di questa mutazione assurda del mercato sono però concretamente verificabili: la giovinezza come ideale mercificato è stata la migliore arma contro le potenzialità contestatrici e trasformatrici dei giovani. L'identificazione con i consumi – si pensi anche all'invenzione della nostalgia – corrisponde a un conformismo consapevole, a una accettazione acritica dell'esistente. L'aspetto paradossale è che, come sul Frecciarossa, la nostra società si è via via riprodotta e frammentata in molte classi e ingiustizie, mutando nel segno del rinnovamento giovanile. Contro i giovani e grazie a loro.

Sì