

Iperidentità

- _Al risveglio, come primo gesto, guardate il cellulare?
- _E se tutto questo criticare i social fossero chiacchiere?
- _E se tutto questo stare connessi avesse risvolti positivi?
- _E cosa c'entra un capitano dell'Esercito Italiano, per giunta donna, con il marketing e la contemporaneità?
- _Che poi, cosa c'azzeccano i cestini di funghi con la tecnologia?
- _Come si relazionano i *boomers* con la generazione Z?
- _Iperidentità: è femmina o maschio o neutro?
- _Secondo quali nuovi parametri misuriamo la felicità?
- _E in che modo il Covid-19 ha reso i nostri mondi diversi?
- _La natura, grazie alla tecnologia, è più bella?
- _Noi siamo certamente più belli sul web, poi però?
- _Quanto, il virtuale, ci indica scelte nel mondo reale?
- _Go and see it for yourself, parola di Gordon Ramsay, sarà vero?
- _E se l'iperidentità fosse *the new normal*?

Il libro *Iperidentità* di Elena Croci, edito da Franco Angeli, cerca di rispondere a queste domande e a molte altre, con un'analisi attenta, trasversale, aperta, perché non è certo semplice parlare di ridefinizione, di benessere, di soft skills, di espansione orizzontale, di marketing, il tutto tra mondo reale e virtuale, senza immaginare altre possibili direzioni.

Per ora una cosa è certa, anzi due: ci vogliono speranza e consapevolezza, consapevolezza e speranza.

Esperta in comunicazione e marketing culturale, imprenditrice, docente universitaria, capitano dell'Esercito Italiano (riserva selezionata) e autrice di *Iperidentità. Tra reale e virtuale: i gesti e il nuovo marketing della contemporaneità*, Elena Croci traccia un percorso ricco di rimandi, immagini, storia, esempi, proposte, certezze e qualche domanda.

Si parte dalla definizione dell'iperidentità: *quell'altra materia parte di noi, reale e virtuale, che, attraverso la tecnologia, sta emergendo come ulteriore affermazione della propria identità. Un'iper-estensione del sé. Un ponte tra me e il mondo che mi circonda, uno strumento aggiuntivo alla relazione. Si vive nel mondo reale, ma si vive anche in quello virtuale.*

Iperidentità è un termine fino a oggi utilizzato in pedagogia per indicare il momento in cui il bambino inizia a scoprire il mondo, ma ciò avviene solo attraverso l'approvazione e il costante consenso dei genitori. Ora, con questa ricerca, tramite questo termine si designa un fenomeno contemporaneo, sempre ascrivibile alle scienze sociali e sempre più diffuso: grazie alle tecnologie ai social media è possibile ampliare, estendere e rafforzare la propria identità.

La nostra identità è dunque diventata da tempo iperidentità, perché vive in due mondi: quello reale e quello virtuale. E noi in quale versione di noi stessi ci riconosciamo? Siamo migliori nel mondo reale o in quello virtuale? E come possiamo procurare e procurarci benessere nei nostri mondi?

Tra chef famosi e reality show, da Gordon Ramsay fino a XFactor, dai grandi studiosi del passato e del presente, dalla naturalezza dei nativi digitali della nuova generazione Alpha fino agli anziani, i cosiddetti *boomers*, combattuti tra desiderio di imparare e incapacità di padroneggiare i nuovi strumenti tecnologici, Elena Croci osserva i nostri comportamenti. Tra alcuni esempi tratti dai mondi dell'arte, della pubblicità, del cinema, della cultura del paesaggio, della letteratura, del fashion, si delineano nuove prospettive di una normalità. Attraverso le tante ricerche compiute negli ultimi decenni (anche offrendo una ricca bibliografia), l'autrice offre uno sguardo sulla vita quotidiana tra reale e virtuale, cercando di dar nome a delle ragioni divenute gesti e abitudini.

Elena Croci, con un metodo di indagine trasversale che analizza nuovi comportamenti e diverse generazioni, tenta di delineare chi sono e chi saranno l'uomo e la donna *nuovi*, in grado di muoversi in un contesto globalizzato, dinamico e in costante evoluzione.

Rivolgendosi a un pubblico eterogeneo, dagli adolescenti ai loro genitori, dagli studenti universitari ai consumatori, il volume intreccia discipline differenti per dimostrare come i mondi virtuali possano diventare concreti, *fatti di scambi dal vivo e buone relazioni personali, fondamenti essenziali per la nostra felicità.*

Partendo dall'osservazione della tecnologia e dei social media come parte integrante della nostra vita ed esperienza aumentata in modo esponenziale, durante la pandemia da Covid-19 si sono accelerati processi di riformulazione del quotidiano. Elena Croci individua quali possano essere i cambiamenti epocali in atto e come l'iperidentità possa offrire una nuova dimensione di benessere. Una visione forse positiva.

Molte le parole chiave in questo volume, come moltissime le implicazioni degli esseri umani che attraversano, di continuo, i confini del mondo reale e del virtuale tra: interdisciplinarietà, vanitas, esperienza, globalità, playlist, scambio, condivisione, famiglia, territorio, relazione, produzione, opportunità, generazioni, passaggio da identità liquida a identità gassosa, eterea, rivoluzione, natura, empatia, altruismo, partecipazione, passione, creatività, ecologia, sostenibilità, felicità, reskilling, flessibilità, resilienza, cultura e controcultura, etica, pandemia, consumo, comunicazione, trasversalità, valore, donne, razzismo, inclusione, uguaglianza, economia, solitudine, intelligenza, reputazione, presenza, capitalismo, fiducia.

Vi sembrano tante? Lo sono.

Ma d'altra parte quando parliamo di ipermondo (per l'Enciclopedia Treccani: "Mondo che oltrepassa la sfera della realtà quotidiana, coinvolgendo l'intera società.") non potrebbe andare diversamente e poi sono 32 milioni gli italiani attivi sui social, nella fascia di età dai 16 ai 64 anni, con un tempo medio di connessione di 6 ore al giorno.



Elena Croci

Esperta in comunicazione e marketing culturale, nel 2005, da giovane imprenditrice, fonda Comunicazione Culturale con clienti quali istituti bancari, fondazioni e istituzioni pubbliche e private. Specialista in temi come società, identità e territorio, l'autrice indaga il mondo contemporaneo e i suoi nuovi linguaggi, attraverso concetti innovativi, elaborando strategie di comunicazione e marketing.

Docente in Fondamenti di marketing culturale all'Accademia di Brera, ha insegnato Turismo culturale all'Università Cattolica di Milano e alla Fondazione Campus di Lucca, scrivendo saggi sulle trasformazioni sociali in atto.

È capitano dell'Esercito Italiano (riserva selezionata) con diverse missioni in Afghanistan come specialista funzionale, dove per anni ha approfondito tematiche contemporanee come la memoria storica, l'identità e il concetto di società moderna producendo alcune pubblicazioni per il Ministero della Difesa.

È consulente per società nazionali e internazionali per un ripensamento del significato di benessere aziendale, in un momento di grande trasformazione, individuale e collettivo. È nata a Milano nel 1972 dove vive e lavora.

Elena Croci

Iperidentità. Tra reale e virtuale: i gesti e il nuovo marketing della contemporaneità

Franco Angeli, 2021 (disponibile nelle librerie e negli store online)

https://www.francoangeli.it/Ricerca/scheda_libro.aspx?id=26972

www.comunicazioneculturale.it

info e materiale fotografico

adicorbetta | ruski duski

t. +39 02 36594081

martac@adicorbetta.org

@adicorbetta @ruskiduski