

Sorpresa! Le persone tossiche non esistono

A dirlo sono gli psicologi che, ora, mettono in guardia dall'abuso di questa etichetta "vaghissima" con cui - di fatto - si attribuisce l'intera colpa all'altro. E non ci si mette mai in discussione

di **Olga Noel Wenderling**



▲ Foto di Sivani Bandaru su Unsplash

25 GENNAIO 2025 ALLE 18:00

🕒 3 MINUTI DI LETTURA

I guru della psicologia-bestseller ci hanno insegnato che esistono le “persone tossiche”. Anche se è difficile stabilirlo con certezza, è probabile che l'espressione sia stata coniata dall'autrice americana **Lillian Glass**, che non è una psicologa ma sul web si definisce “first lady della comunicazione”, e che nel 1995 ha pubblicato il libro *Toxic people*. Il suo lavoro è diventato un caso globale e ha acceso la miccia di un termine irresistibilmente evocativo. Un altro suo saggio ha fatto un ulteriore passo avanti nell'individuazione degli ignobili soggetti offrendo una guida per identificarli a occhio attraverso il loro linguaggio del corpo. Un successo anche questo, più o meno replicato da numerosissimi autori nel mondo. Il fatto è che “viviamo in un'epoca di psicologia pop che genera mode banali e molto pericolose”, come ha detto a *El País* Oriol Lugo, psicologo clinico e autore di *Cut it clean!*, dove dopo aver argomentato l'inesistenza delle persone tossiche, affronta ciò che sta alla base delle relazioni dannose. Specificando che sono innegabili (ma che anche in questo caso, no, il termine “tossiche” non funziona).

Strategie di marketing

Il fatto è che, nonostante la sua popolarità, la vaghezza del termine non si addice allo studio rigoroso della mente e del comportamento umano. “Tossico” è diventato un mantra nelle conversazioni”, conferma **Davide Barente**, vicepresidente dell'Ordine degli Psicologi della Lombardia. “Questo linguaggio si è diffuso non solo nel dialogo quotidiano, dove spesso ricorriamo a scorciatoie linguistiche per capirci meglio, ma anche nella divulgazione. O forse sarebbe meglio dire **nell'autopromozione di stampo psicologico**: da almeno un decennio, infatti, l'accesso ai social network ha offerto a una vasta platea l'opportunità di presentarsi come professionisti, condividendo convinzioni, competenze e contenuti legati al proprio lavoro. Questo ha portato a un uso sempre più strategico dei mezzi di comunicazione, anche con l'obiettivo di attirare clientela”. **Risultato: “L'adozione di un linguaggio che non solo sintetizza concetti complessi, ma li rende anche accattivanti e memorabili, talvolta a scapito della precisione scientifica”.**

Alternative di pensiero

Un modo più sensato di affrontare il discorso potrebbe iniziare dal riconoscere che non è utile etichettare un rapporto o una persona, mentre vale sempre la pena di esplorarne la dinamica più complessa. “Quando parliamo di una relazione “tossica”, ci riferiamo in sostanza a un legame che genera sofferenza o disagio - può trattarsi di violenza, codipendenza, gelosia eccessiva eccetera - spesso a entrambe le parti coinvolte anche se a volte il focus viene posto su una vittima e un presunto carnefice. Tuttavia, questa semplificazione rischia di oscurare aspetti cruciali del problema. Un primo nodo, infatti, riguarda proprio la tendenza a identificare un colpevole unico, attribuendo responsabilità unilaterali che non sempre riflettono la realtà. Perché in molti casi, un rapporto dannoso nasce da dinamiche più complesse, in cui entrambe le parti giocano un ruolo”. E dove sarebbe il caso di riflettere non solo sui comportamenti dell'altro, ma anche sul proprio coinvolgimento: perché quella relazione è iniziata? Cosa l'ha resa attraente? Quali schemi personali, magari radicati nelle esperienze passate, hanno contribuito a mantenerla viva? La comunicazione diffusa, al contrario, tende a semplificare drasticamente il tutto con il seguente schema: “Se sei in una relazione tossica, allontanati subito dalla persona che ti fa stare male”.

L'effetto boomerang

La tendenza a semplificare eccessivamente concetti complessi, insomma, può favorire attribuzioni di colpa unidirezionali “alimentando una visione dicotomica della realtà”. **Prendiamo un altro caso noto: quello del narcisista.** “Negli ultimi anni, anche questo tema è esploso in termini di popolarità, portando alla diffusione di centinaia di contenuti che sembravano costruiti per individuare il “narcisista” come figura quasi archetipica del “malvagio”, riprende **Barente**. “Questo ha scatenato una sorta di “caccia” dove - di nuovo - da una parte c'è il carnefice e dall'altra la vittima. Tuttavia il narcisismo - anche quello patologico - è un concetto che include una gamma di comportamenti e caratteristiche molto diversi tra loro. Inoltre, anche in questo caso l'etichetta deresponsabilizza chi la impiega: dire “lui è un narcisista” sposta completamente la responsabilità sull'altro e questa dinamica non aiuta nessuno, né chi si sente vittima, né chi viene accusato”. Il problema si amplifica ulteriormente quando consideriamo la modalità di comunicazione attraverso i social o altre piattaforme divulgative: “A differenza del contesto terapeutico, dove il professionista può calibrare il proprio intervento sulla base di una conoscenza approfondita del paziente, la comunicazione di massa non ha un destinatario definito. Questo significa che uno stesso contenuto potrebbe essere interpretato in modi completamente diversi da persone con esperienze e sensibilità opposte. Pensiamo, per esempio, a un messaggio generico come “Non preoccuparti di quello che gli altri pensano di te, vivi per te stesso”. In un contesto terapeutico, una frase del genere potrebbe essere utile per una persona che ha sviluppato un'eccessiva dipendenza dal giudizio altrui, ma come reagirebbe un narcisista? Per quest'ultimo, potrebbe diventare un'ulteriore giustificazione per ignorare i bisogni e i *feedback* degli altri, rafforzando comportamenti che magari sono già fonte di difficoltà relazionali. Non sapere chi stiamo raggiungendo il nostro messaggio aumenta il rischio che le informazioni siano fraintese o utilizzate in modalità non previste, talvolta persino controproducenti. Ecco perché è importante, per chi opera in questo campo, promuovere una riflessione più articolata, capace di ristabilire la complessità alle dinamiche relazionali. In questo senso, il nostro obiettivo dovrebbe essere non solo quello di “semplificare” per rendere accessibile, ma anche di educare il pubblico a tollerare e comprendere la complessità. Perché è proprio nella complessità che risiedono le chiavi per una reale comprensione e trasformazione delle relazioni e dei comportamenti umani”.