

sentimenti condivisi

È OK  
NON  
ESSERE  
OK

*Impeccabili, efficienti  
e brillanti sempre?  
No, grazie. Dalle serie tv  
ai social ai premi Pulitzer,  
finalmente si ammette  
l'insufficienza di sé.  
E ci sta poter dire come  
si sta imperfettamente bene*

di **Michele Neri**

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

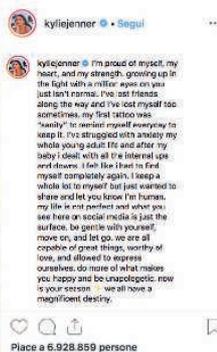
## sentimenti condivisi

### CHE COSA UNISCE

Kylie Jenner con i critici dei bambini geneticamente modificati in Cina, la modella dell'anno Adut Akech con la pubblicità virale di Burger King, i tredici milioni che in giugno si sono invecchiati con FaceApp con serie amate come *Fleabag* o *After Life*?

Promuovono lo stesso messaggio: è ok sentirsi e mostrarsi infelici, imperfetti, incazzati o stanchi; va bene ammettere che la vita non è ok, perché è dura, spiazza e consuma. Se queste sembrano ovvietà è perché negli ultimi tempi si è vissuti su Marte o non ci si è resi conto della costante pressione economica e culturale che ha cercato d'influenzare corpo, aspetto, dna, linguaggio, ore di sonno, risultati sportivi e relazioni, lo spazio in cui viviamo (o vogliamo far vedere che abitiamo). Ci siamo lasciati convincere che la perfezione fosse necessaria e le prospettive che ci circondavano sempre migliori delle nostre; e niente se non tutto sarebbe bastato. Ha pesato la capillare misurabilità della nostra vita, dalla pressione corporea ai valori nutrizionali della dieta fino al piacere: con l'assistenza di tecnologia e gadget ci siamo trasformati in dati e poi giudicati per questi. L'ottimo era alla portata di ognuno, bastava seguire uno degli innumerevoli libretti d'istruzioni o l'esempio della *role model* di riferimento. Ora si è aperta una falla e l'impeccabilità sembra essersi presa una pausa. E finché quest'inversione di rotta non diventerà anch'essa moda, possiamo abbracciare l'incertezza, un luogo di differenza individuale e in reale connessione con gli altri, perché la mancanza di comunicazione non nasce quando si ha poco da dire, ma quando tutti ripetono le stesse cose o hanno miti identici.

Il nostro bisogno d'inadeguatezza e la necessità di esprimerla è stato intercettato da Burger King: che ha ribaltato la logica dell'Happy Meal di McDonald's, per lanciare la campagna #feelyourway. Il video si apre con un uomo



SOPRA, IL POST DELLA SOCIALITE E IMPRENDITRICE KYLIE JENNER, LA MILIARDARIA PIÙ GIOVANE SULLA PIAZZA. «HO LOTTATO CON L'ANSIA DALL'ADOLESCENZA IN POI, E DOPO LA NASCITA DI MIA FIGLIA HO DOVUTO AFFRONTARE ALTI E BASSI. MI SONO SENTITA COME SE AVESSI DOVUTO TROVARMICI DI NUOVO, COMPLETAMENTE».

seduto sul bordo del letto, la testa tra le mani. Dice mesto: «Non tutti si svegliano felici». La stanchezza è l'inizio della libertà.

### Non serve che lo dica la pubblicità. È bastata un'applicazione che permet-

te di trasformarci in ottan-

tenni, FaceApp, per farci incantare dalle nostre rughe, occhiaie e altri segni dell'età. Intanto sul social aspirazionale per eccellenza, Instagram, si è aperta la fase dell'insicurezza interiore, del non sentirsi ok e confessarlo. Alcune celebrities si sono guadagnate il neologismo *instagroaners*, crasi del nome del social e del termine inglese *groaner*, lamentoso. È improbabile che Kylie Jenner, nel pubblicare la foto di un drammatico tramonto oceanico insieme a un testo in cui raccontava ai suoi 144 milioni di followers che aveva sentito il bisogno di farci sapere che è "umana" e che la sua vita "non è perfetta e ciò che vediamo sui social media è solo la superficie", non avesse in mente un altro modo per far soldi. È più facile credere alla modella dell'anno, Adut Akech che, rifugiata dal Sud Sudan, ha iniziato la sua carriera in Australia. In alcune Instagram stories ha dichiarato di non piegarsi alle dittature normalizzanti della moda occidentale: in fatto di colore di pelle e di capelli (è rimasta orgogliosamente crespa). Poche settimane fa ha pubblicato slogan così: per troppo tempo ho imparato a mostrarmi ok anche quando non lo ero. È ok cambiare idea, annullare un impegno, ok non far nulla, lasciar correre, è ok non essere ok...

### È importante che arrivino da chi è al vertice

nella scala dei sogni e ci ha abituato a mostrare solo il suo inarrivabile (chissà, forse con un altro piccolo sforzo...) ok. Perché ora non siamo più soltanto noi. Tutto è interconnesso e moderato dall'alto: ciò che pensiamo, mangiamo, temiamo è risaputo →

È nato anche il neologismo instagroaner (Instagram+groaner, cioè lamentoso)

## sentimenti condivisi

e a noi piace che sia così. E per chi domina l'economia dell'emulazione, è più comodo contare su un gregge di pecore uguali e che vogliono essere bianchissime, impeccabilmente bianche. La pecora nera che si piace così com'è è meno monetizzabile. Ci hanno venduto l'idea che la felicità o il suo opposto fossero sempre alla nostra portata, quindi colpa o merito nostro. Come scrivono in *Happycracy*

(Codice) la sociologa Eva Illouz e lo psicologo Edgar Cabanas, la ricerca della felicità ha creato una tipologia di happycondriaci fissati con il miglioramento del proprio sé e con la cancellazione di ogni macchia dalla loro apparenza. Qualcosa è cambiato perché se ne sono accorti ai piani più alti. Instagram ha iniziato a compiere dei test, partendo dal Canada per proseguire in Italia e in altri mercati: si può scegliere se i like siano visibili solo dall'autore del post. Nel pianeta social, equivale a invertire il riscaldamento globale. Tara Hopkins, la responsabile della Public Policy per Europa, Africa e Medio Oriente, ha detto: «Vogliamo che Instagram sia un luogo dove tutti possano sentirsi liberi di esprimersi».

**In questi anni troppo perfetti** ci ha pensato la cultura a ricordarci che dalla perfezione nasce poco. Parla Natasha Lyonne, rossa protagonista della serie *Russian Doll*: «Tenere insieme in testa due idee incompatibili nello stesso momento e accettarle entrambe è la qualità migliore dell'essere umano. Sì, no, buono, sbagliato, vita, morte». È la stessa anti-morale della protagonista di *Fleabag*, serie che esprime l'insufficienza di sé senza lagne; è la storia raccontata da Ricky Gervais in *After Life*. Un contributo fresco arriva da Jeff Tweedy, leader dei Wilco (in tour in Italia, un disco in uscita



DALL'ALTO, RICKY GERVAIS IN UNA PUNTATA DI *AFTER LIFE* DOVE INTERPRETA TONY, UN UOMO SCORBUTICO ALLE PRESE CON LA VITA DOPO LA MORTE DELLA MOGLIE. E UN FRAME DEL VIDEO DELLA CAMPAGNA #FEELYOURWAY DI BURGER KING.

il 4 ottobre), nell'autobiografia *Let's Go (So We Can Get Back)* (SUR). Sostiene che il bisogno di sentirsi ok nasca dal non riuscire a badare a se stessi: per evitare di pensarci, meglio i traumi altrui. E racconta una ragione della rivincita dei *satisficers* (chi si accontenta) sui *maximizers* (chi vuole tutto): «Siamo molto più simili tra noi nella sofferenza che nella gioia». Nel nuovo disco, *Ode to Joy*,

il primo pezzo è *Love Is Everywhere* (*Beware*). Tweedy canta: «La tristezza mi vuole più lontano dalla scena».

**Al tempo dell'ok-crazia imperante** c'è stato chi ha sabotato il sistema. L'artista argentina Amalia Ulman con il progetto *Excellences & Perfections*, in cui smascherava il nostro non voler accettare verità poco conformi alle nostre aspirazioni (altissime). La thailandese Chompoo Baritone, che svelò la finzione che circondava le meravigliose esistenze che fotografiamo su Instagram. Bastava inquadrare la camera triste e sporca e non soltanto il candido letto su cui troneggiava l'ultimo Mac. Il premio Pulitzer Kathryn Schulz ha tessuto l'elogio del fallimento stabilendo un concetto chiave: il nostro cervello così come il nostro corpo non sono stati creati per riprodurre qualcosa di esteriore e oggettivo. Se torniamo al celebre scatto per cui la musa e artista Petra Collins, ritraendosi non depilata in bikini, nel 2013 fu bannata da Instagram, scopriamo che a perturbare il sistema sono state le donne. Sono quindi curioso di leggere il nuovo romanzo di Stephen Chbosky, vent'anni dopo *Noi siamo infinito*. La

storia di Charlie regalò una commovente boccata d'imperfezione. Riuscirà il bis con *L'amico immaginario*, pubblicato il primo ottobre da Sperling & Kupfer? ○

*Ci hanno venduto l'idea che la felicità o il suo opposto fossero sempre alla nostra portata*