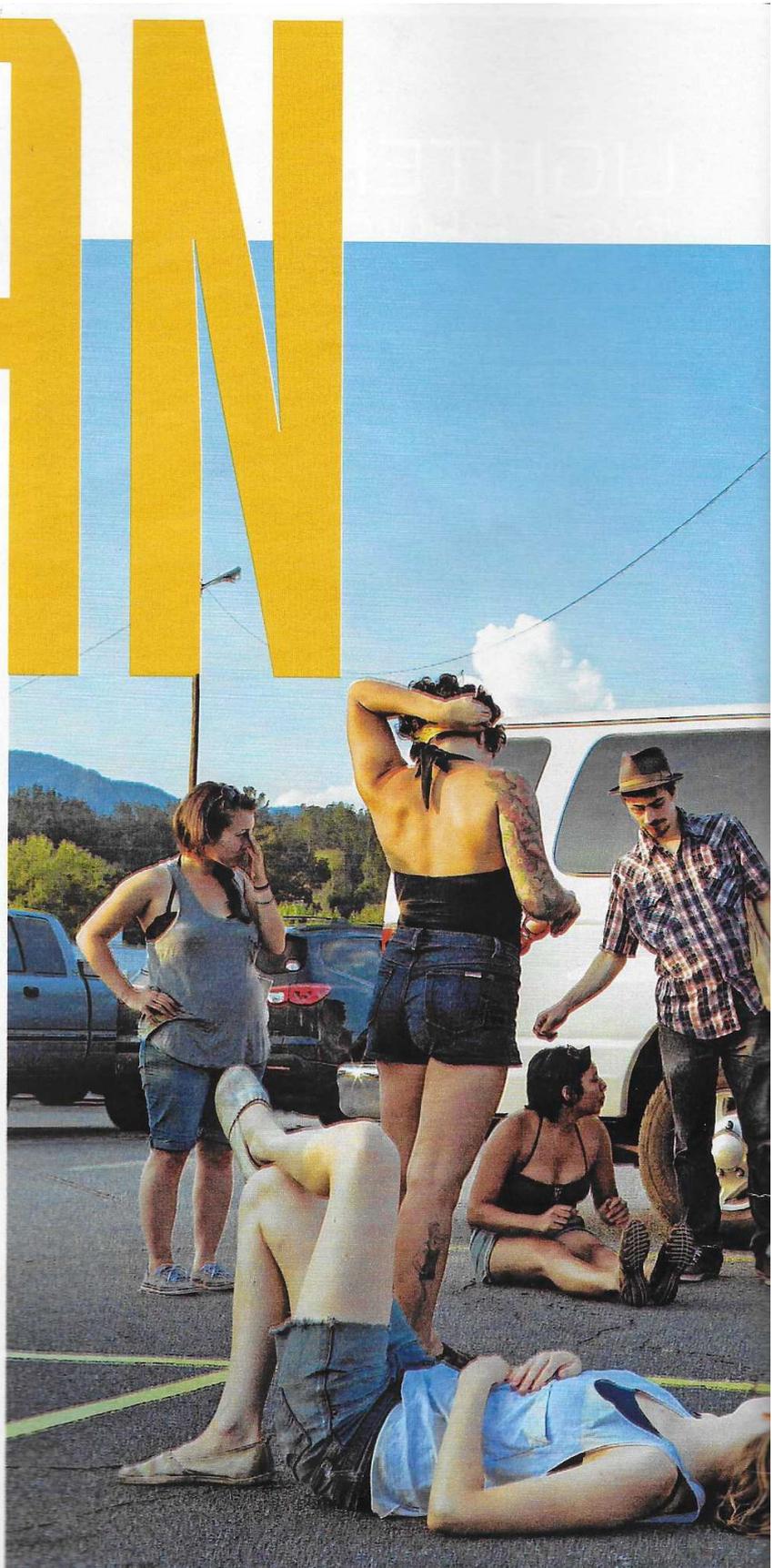


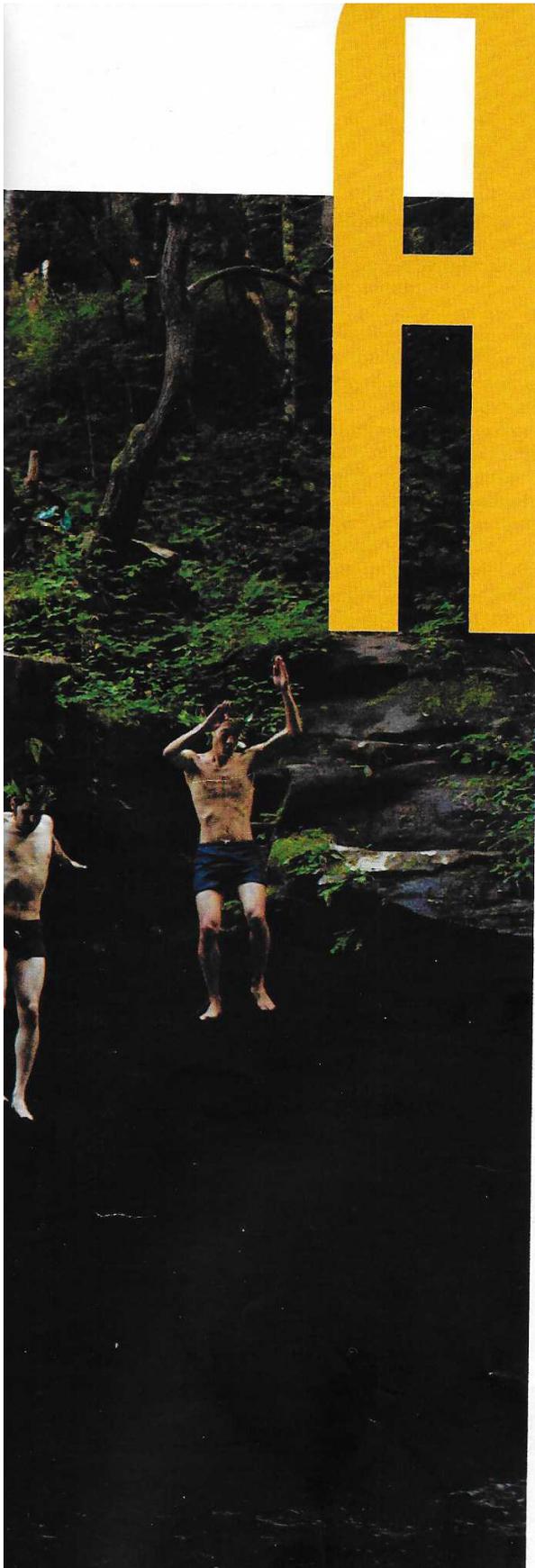
DOSSIER

Generazione PAN

DAI SOCIAL CHE
NON PERDONANO
ALLA QUOTIDIANITÀ
FATTA A PEZZI DAI BIG
DATA. DALLA PAURA
DI NON AVERE PIÙ
UN'ANIMA (INTANGIBILE)
ALLE TROPPE "SCELTE"
OFFERTE DAL WEB.
SALE ALLA RIBALTA
UNA GIOVENTÙ
CON IL FIATO SOSPESO.
DECISA PERÒ
A VENDERE CARA
LA PELLE E A REAGIRE
CON CREATIVITÀ
di Matteo Castellucci
Foto di Bryan Derballa







ANSIA, MANIFESTO GENERAZIONALE dei Millennial e di quanti verranno dopo. Chi è nato nell'ultima campata del glorioso ventesimo secolo, o all'alba del ventunesimo, appartiene a una "sforzata" falciata dalla Grande recessione made in Usa. Uno degli ultimi studi di un think tank come il Pew Research Center accartocchia gli stereotipi da film americano. Bullismo e dipendenze, alcol e droga sono mostri scaduti: a spaventare il 70% dei teenager è un flagello rubricato alla voce "ansia e depressione". Lo raccontano a un'età cui viene affibbiato il compito, sofferto ma formativo, di progettare il decollo, caricando giri nel motore. Che troppo spesso si ingolfano. Il problema non è confinato all'altra sponda dell'Oceano. L'ha varcato, da tempo, come le tempeste finanziarie. Si sono sgretolate le colonne d'Ercole. In una nazione ipocondriaca, dove secondo l'Agenzia italiana del farmaco ogni abitante si cala una media di 1,7 dosi di medicinali al giorno, deteniamo un primato poco invidiabile: sul tetto d'Europa, in termini di consumo di psicofarmaci fra i giovani. Nel sistema scolastico più ansiogeno al mondo per l'Ocse, il 17% degli studenti fra i 15 e i 16 anni ha ammesso, all'indagine *Espad 2016*, d'esser ricorso alla chimica almeno una volta nella vita senza prescrizione medica. Ma dopo l'ultima campanella il dramma (r)esiste. Le scariche di adrenalina del rituale degli esami di maturità sono le avvisaglie di quella che l'Ordine degli psicologi dell'Emilia-Romagna definisce "adolescenza sospesa", cioè fuori tempo massimo. L'università, foraggiata dai genitori o nell'equilibrio dei lavoretti, sospende solo il verdetto. In fondo alla marcia, c'è un mercato troppo spesso claustrofobico che ghigliottina le competenze o le svisciva sotto il feticcio della flessibilità.

La chiamano gavetta, è emancipazione tradita. Non stupisce che i pensionati, i nonni, siano un ammortizzatore sociale, ancorché incanutito. Lo stigma mediatico, "mammoni", tace quanto "restare a casa" sia un contrappasso per chi ha respirato l'Erasmus, che per la Generazione Ansia segna l'equivalente della leva militare. Al ritorno, siccità dopo la sbornia. La stagnazione economica, allora, si riflette in quella demografica. Il "management dell'ansia" è una risorsa fondamentale, ci dicono, ma è un'antinomia dell'epoca del precariato: lavorativo ed esistenziale. Anche a Milano, la Londra di casa nostra, ogni mese si smerciano 1.700 confezioni di psicofarmaci più del resto del Paese. «Stiamo calmi» è un imperativo, magari categorico, però smentito nella prassi. È il titolo del libro di Saverio Raimondo e in questa tragicommedia un satiro è il più autorevole degli specialisti. «Lo stadio ansioso è un retaggio: ci ricorda che stavamo peggio, mentre oggi i pericoli immaginari sono molti di più di quelli reali, a differenza di quanto pensano i promotori della legittima difesa», diagnostica il comico. «È innegabile che sia l'età dell'ansia, proprio per questo i giovani devono viverla come uno status symbol, più dello smartphone: è indice di benessere. Se accettata come componente umana, costruttiva, diventa un carburante. Il cortocircuito è avere paura dell'ansia; al contrario, bisogna imparare a guardarla negli occhi, come una *partner in crime*. Non dimentichiamo

DOSSIER

che siamo animali adattivi». Stima l'Oms: nel 2020 la depressione sarà causa principale di assenteismo dal lavoro; nel 2030 sarà la malattia egemone, più diffusa di cancro e Alzheimer. A quella data, la Generazione Ansia sarà adulta. Dopo decenni di calvario, disinnescerà il panico con cui sta convivendo? Etimologia greca alla mano, "crisi" significa scelta, decisione. Scommettiamo che chi si è temprato nell'incubo saprà riscattarsi e imboccare il bivio giusto. Con l'ottimismo di scamparsi famigerate crisi di mezza età, perché già scontate in gioventù. Va a finire, teorizza Raimondo, che quelle pulsazioni erano evoluzione della specie. Che la paura infonde coraggio.

Voglio essere idiota

di Mattia Russo

VIVIAMO NELLA MIGLIORE epoca possibile e non ce ne rendiamo conto. Un'epoca dove la tecnologia avanza a passi da gigante, i diritti umani risplendono come fari guida e gli idioti se la vedono dura. Il fantastico mondo di Internet ha aperto le porte alla democrazia diretta, permettendo di passare al setaccio ogni stato, tweet, frase o parola, trovando e punendo ogni errore di routine. Se non ci credete, chiedetelo a Elon Musk e alla sua multa da 40 milioni di dollari, o a James Gun con il suo licenziamento, o anche a Kevin Hart e la mancata conduzione degli Oscar 2019. A certi livelli, sbagliare oggi equivale a un colpo di pistola a bruciapelo. Bene non può fare. Una volta essere un idiota era un tuo diritto personale, unico dell'individuo, riservato solo a te stesso. Sbagliavi, se eri attento imparavi e ti rialzavi. Con l'avvento di Internet, e più precisamente dei social, questo diritto è d'improvviso diventato universale. Strappato dalla propria casa e gettato nella piazza pubblica della rete, dove la massa è sempre pronta alla colpevolizzazione mediatica, dove vi è accanimento punitivo oltre misura, dimenticando la differenza tra giustizia e punizione. Una passerella di vergogna che farebbe lezione al Credo dei Sette di Westeros. *Shame!* Perché la verità è che ti è permesso essere un idiota a patto che non ci siano prove da usare contro di te in futuro. *Verba volant, scripta manent.* Attenzione: non si giustifica il comportamento di un idiota. Capire che essere un personaggio pubblico ti espone a rischi è compito tuo. Sapere che ti vengono addossate più responsabilità del normale cittadino è compito tuo. Saper gestire una crisi, anche inaspettata, è compito tuo. Nessuno è perfetto, ma se ti ritrovi sotto i riflettori le tue imperfezioni si noteranno di più. La candela che vale il gioco, in questo caso. I social media sono la nuova democrazia, dando parola ai colti e agli imbecilli, ma mentre i primi pensano prima di scrivere, i secondi scrivono e poi, forse, pensano. Il problema è che il loro messaggio arriva sullo stesso schermo di chi legge, perdendo la fondamentale interazione faccia a faccia, necessaria a contestualizzare la persona. Non li riconosci gli uni dagli altri e la tua idea finisce per perdersi nel fiume della massa. Aprire le ante dell'armadio alla ricerca del cosiddetto scheletro è una tattica antica di secoli. «Conosci il nemico e te stesso, la vittoria è sicura», per citare

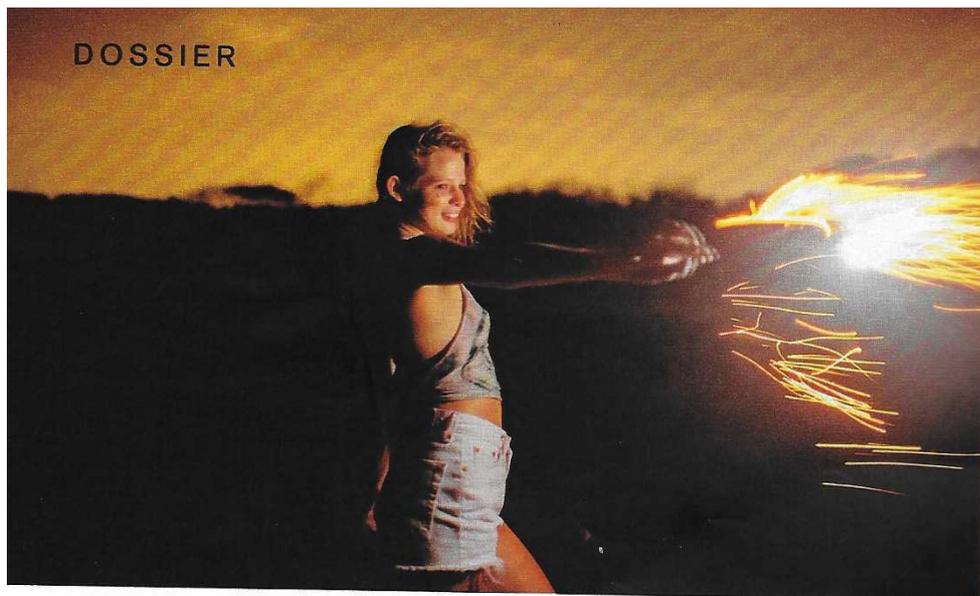
L'arte della guerra. La caccia al tweet è diventato uno sport a cui partecipano migliaia di persone e vengono incoronati tutti campioni. Non importa se il messaggio sia vecchio di anni, o se gli idioti, in questo caso, siano cambiati o abbiano già fatto ammenda. Si prende il tweet, si strappa dal contesto e si rimette in piedi il tribunale. Un processo basato su una prova, la più importante, senza considerare tutti gli altri elementi del caso. Criticanti da tutto il mondo uniti dal desiderio d'approvazione della piazza, composta da profili sconosciuti, con la falsa speranza di perpetrare una buona azione. Non c'è niente di più patetico e triste nella società online d'oggi. Sperare di lavare le proprie colpe scovandone di maggiori negli altri non renderà il mondo un posto migliore. Nessuno è esente dallo sbaglio. Ai più fortunati non verrà ricordato. Il vero pericolo è però questa tendenza a rovistare nel cestino passato delle personalità pubbliche, che potrebbe avviare una generale escalation destabilizzante, obbligando i più a perdere quella libertà così tanto osannata dai social network, in particolare dalla tecnologia. Perché un conto è obbligare a pensare prima di postare e un altro è obbligare a temere che cosa postare.

La vera vittoria degli sbagli è imparare da essi, ma se a una società togli questa possibilità, o peggio la condanni, allora non rimane che la maschera di un finto perfezionismo. Chi è senza peccato, scagli la prima pietra. La verità è che i social network hanno azzerato la nostra zona di privacy e ormai anche essere idioti non è più un diritto personale. Meno male che sono un idiota senza un account Twitter.

Voglio una vacanza sconnessa

di Federica Taiana

IN UN'EPOCA IN CUI la quotidianità è costantemente filtrata dal web e dai social network, non stupisce che questo accada anche in viaggio. Perfino in tale circostanza, si è spesso più concentrati sullo scattare foto da postare sui propri canali o sul restare connessi con la propria vita digitale, piuttosto che godere della bellezza dei luoghi e vivere a pieno le emozioni del momento. Ecco perché in alcune persone sta nascendo l'esigenza di "disintossicarsi" dal virtuale per riappropriarsi della dimensione reale, dando vita al fenomeno del "digital detox". Da quando internet e le piattaforme online hanno invaso le nostre vite - e per noi under 30 si può parlare davvero di invasione - sembra quasi impossibile riuscire a staccare dalla tecnologia se non per qualche ora, o meglio, qualche decina di minuti. Infatti, in Italia, su quasi 60 milioni di abitanti il 92% ha accesso a internet, con 35 milioni di utenti attivi sui social network e, anche a livello mondiale, i dati parlano chiaro: oltre metà della popolazione è sul web (fonte: *2019 Digital Report - Hootsuite* in collaborazione con We Are Social). Il check alle notizie su qualche testata online, lo scatto al piatto che si sta mangiando da condividere su Instagram, la risposta alle e-mail in tempo reale sono automatismi difficili da abbandonare. E anche di notte non si riesce a staccare completamente la spina: si porta a letto il cellulare,



si controlla l'ora, si scorre il *feed* dei social fino all'ultimo minuto prima di spegnere la luce. È un dato di fatto che internet e i dispositivi digitali si siano completamente appropriati delle nostre vite, facendoci perdere la connessione più importante, quella con noi stessi, più concentrati a coltivare le relazioni con gli altri, seppure virtuali. Inoltre online e offline viaggiano a velocità differenti, dove il primo si muove più rapidamente, dando la sensazione che, se non si è sempre attenti e aggiornati, si possa perdere qualcosa di fondamentale. Ecco perché le ultime frontiere a tale proposito sono state abbattute proprio nel settore del turismo, dove gli operatori stanno rispondendo a una richiesta crescente di vacanze "digital-free".

Lo yoga, le passeggiate nella natura, i corsi di cucina, ma anche l'ozio: via libera a tutte quelle occupazioni che distraggono la mente dal computer e dal cellulare, per imparare a bastarsi e a godersi il momento. Ricaricando le pile per i giorni a venire. Ma chi sono le persone che vanno in cerca di queste esperienze? L'esigenza di una vacanza nell'ottica del "digital-detox" è maggiore in chi è lontano dalla tecnologia per mentalità o generazione o in chi è cresciuto e vive come naturale il rapporto con il mondo online? La risposta è: entrambi. Se per chi è abituato a condurre una vita non ostaggio del digitale e ha già trovato il suo bilanciamento è spontaneo quest'approccio, per i secondi la decisione deve scaturire da una consapevolezza interiore. Ma anche per loro, superato il disorientamento iniziale, i benefici sulla psiche sono garantiti. Esistono destinazioni che per natura intrinseca sono più adatte - dai luoghi meno turistici a quelli immersi nel verde - ma ciò non significa che non si possa adottare la stessa filosofia visitando mete più vicine allo stile di vita a cui si è abituati. Viaggiare in un'ottica di "digital detox" permette di vivere le esperienze in maniera più spontanea, a vantaggio del qui e ora. Che si tratti di un viaggio in solitaria o in compagnia, poco cambia: quello che importa è imparare a dedicare le giuste attenzioni ed energie a se stessi e alle persone davvero importanti, scordandosi - per una volta - di essere con il corpo da una parte e con la mente da un'altra. E allora, la prossima volta che andremo in vacanza, invece dello smartphone per immortalare i ricordi portiamo la vecchia macchina fotografica analogica.

Voglio una vita privata

di Laura Loguercio

MATTINA, ORE 7:00. La sveglia suona e con gli occhi semichiusi afferriamo il telefono per spegnerla. Poi, controllo veloce a Instagram, qualche messaggio su whatsapp, le ultime mail con la pubblicità di quel cellulare su cui ci eravamo informati la sera precedente. In *Privacy in Context* Helen Nissenbaum afferma che «la nostra privacy è sotto attacco come valore sociale». Possiamo manifestare diversi livelli di preoccupazione, interesse o consapevolezza riguardo ai cambiamenti nel panorama dei big data. È però innegabile che, in questo momento, persone estremamente potenti godono di libero accesso ai nostri dati, e non si fanno scrupoli ad utilizzarli. Quando ci iscriviamo a Facebook, Amazon o Google vengono richieste sempre più informazioni: nome, cognome, indirizzo, età, genere, informazioni bancarie. Ma è solo l'inizio: cliccato il pulsante "invio", complessi sistemi di analisi statistica iniziano a tenere traccia di ogni nostro movimento per proporci i migliori prodotti, eventi, pubblicità.

Era davvero questo ciò che volevamo quando abbiamo deciso di creare un profilo? Sempre più il significato del termine "privacy" sembra frantumarsi nei milioni di dati che compongono la nostra identità digitale. In uno studio svolto nel 2018 dal Pew Research Center, solo il 9% degli intervistati ha dichiarato di avere «piena fiducia» nel fatto che le grandi aziende proteggano i loro dati. Il 9% si è dichiarato convinto di poter realmente controllare la circolazione di informazioni personali. Lasciando quindi più del 90% del pubblico incerto riguardo alle policy implementate dai social media. Alice Marwick e Dana Boyd, professoressa e ricercatrici americane attive sul tema, affermano che le funzioni principali offerte dalla piattaforma sono naturalmente volte a incoraggiare la condivisione. In questo modo, però, i social erodono i contorni sociali ben consolidati nella vita reale, mettendo tutti sullo stesso, identico livello. Nel mondo digitale, infatti, ciò che scatena in noi la sensazione di violazione della privacy non è la quantità di dati che ogni giorno circola, ma le situazioni nelle quali questi

DOSSIER

vengono condivisi. Esempio: quando pubblichiamo una foto scattata a una festa siamo contenti che i nostri amici la vedano, commentino, condividano. Nel momento in cui, però, la stessa foto è visualizzata da un potenziale *recruiter* o datore di lavoro iniziamo a maledire quei bicchieri di troppo o la posa non convenzionale che mostriamo con fierezza. La nostra privacy ha subito una violazione, e con il nostro permesso, accordato con superficialità o fretta. Chi legge tutte le postille? Sei utenti su dieci hanno affermato di desiderare maggiori possibilità di controllo sulla circolazione di informazioni personali e il 75% crede che le leggi attuali non impongano regole stringenti ad aziende e inserzionisti. Nel 2015 Symantec, azienda statunitense impegnata nel campo della sicurezza informatica, ha rilevato che l'81% degli europei valuta il controllo dei propri dati come una questione preoccupante, e il 66% non sa cosa fare per migliorare la situazione. Il 25 Maggio 2018 è entrato in vigore nell'Unione europea il *Regolamento generale sulla protezione dati*, conosciuto come *GDPR*. Spesso i suoi effetti si sono rivelati tutt'altro che trasparenti, arrivando a confondere di più gli utenti. Sono necessarie regole più chiare, concise e stabili, che regolino il flusso di informazioni in maniera coerente con le relazioni di tutti i giorni.

Voglio scegliere. O no?

di Stefano Restelli

MILANO, ORE 02:00. Dopo una serata passata in compagnia di amici, mi avvicino a uno di quei baracchini notturni, la cui apparenza è lontana dalla soddisfazione che effettivamente proverò dopo aver consumato uno dei loro panini in piena notte. Mi viene passato il menu e invece di scorrere con gli occhi la lista per capire ciò che mi aggrada, rimango angosciato dalla quantità di opzioni. Ci sono talmente tante possibilità, che diventa difficile sceglierne una. Effettivamente, Libertà e Scelta sono due concetti aggrovigliati, intrecciati, come se uno non potesse esistere senza l'altro. Per Libertà infatti, si intende la condizione per la quale un individuo può decidere di pensare, esprimersi e agire senza costrizioni, mediante una libera scelta dei fini e degli strumenti adeguati. Per l'economia classica, sulla quale abbiamo basato il pensiero neoliberale, più libertà di scelta per l'individuo equivale a più felicità. Invece, la ricerca ha scoperto evidenze contrarie. Precursore fu, tra gli altri, Zygmunt Bauman. Nelle sue opere *Vita liquida* e *Amore liquido* il visionario sociologo polacco affronta le implicazioni della modernità sostenendo che un'infinita crescita di opzioni nelle scelte di tutti i giorni porti con sé un senso di insicurezza e desolazione negli individui, dai rapporti amorosi e interpersonali alle situazioni che incontriamo durante l'esistenza. A questo concetto, si legò successivamente l'opera di Barry Schwartz, *The Paradox of Choice*, che dimostrò come effettivamente esistesse un limite oltre al quale l'aumento marginale di scelte fosse correlato a un aumento dell'insoddisfazione, o addirittura alla depressione, nelle persone. Ma come si applica questo concetto al mondo di oggi? Ha

implicazioni nella società virtuale? La rete infatti rappresenta il luogo di libera scelta per antonomasia: numero infinito di contenuti audio-video, prodotti, servizi e di compagnie providers di tutto ciò. I consumatori online, siano essi anche solo fruitori di contenuto, vivono la stessa insoddisfazione interiore di chi si trova a dover scegliere che panino mangiare, alle 2 di notte, da un menu che ne presenta un numero eccessivo. Nel best-seller *Nudge* (dall'inglese, dolce spinta), Richard H. Thaler e Cass R. Sunstein esponevano tutti gli errori cognitivi che non ci permettono di essere razionali davanti alle nostre scelte. Questo è ancora più vero in ambienti dove la quantità di informazione e opzioni disponibili inonda le nostre vite. Non è un caso infatti che le compagnie che hanno fatto breccia nel mercato delle piattaforme digitali adottano algoritmi che rendono i loro users più contenti... diminuendone (in maniera scaltra, tramite una dolce spintarella) la libertà di scelta. Citando i tre esempi più famosi, Facebook tramite il suo algoritmo *EdgeRank* propone ai suoi utenti un certo tipo di contenuti che dovrebbero risultare "interessanti" o "interessanti a ritmo alterno", seguendo il principio di condizionamento operante di Skinner, a seconda delle loro interazioni con contenuti precedenti. Spotify, Youtube, Netflix, provider di musica e contenuti multimediali, secondo lo stesso principio, hanno sviluppato algoritmi in grado di consigliare i consumatori sulla prossima canzone da ascoltare o la prossima serie a cui affezionarsi. Amazon non soltanto consiglia prodotti ai suoi utenti in base all'attività di chi li ha preceduti, ma si spinge addirittura, sotto le festività, a cambiare il tipo di consegna da "standard" (gratis) a rapida, in modo che il consumatore riceva il pacco in tempo. Facendolo, sfrutta un *bias* cognitivo conosciuto come *opt-in* d'inerzia, secondo il quale, in situazioni di persistente dubbio, tendiamo a essere più sensibili al consiglio di un'altra entità, in questo caso Amazon stesso.

Tutti questi servizi sono soprattutto apprezzati per il motivo che "pensano per noi" a scelte per le quali non abbiamo tempo, voglia, spazio cognitivo. E lo fanno, ovviamente, guidandoci lontani dalla nostra potenziale libertà di scegliere. Nel frattempo, a noi comuni consumatori, individui, non resta che essere consapevoli che forse... troppo liberi non lo siamo mai voluti essere. Sarà forse per questo che non scelgo e torno a casa affamato, dove nel frigo trovo la mia fedele busta di speck e, dopo averla ingurgitata, mi infilo finalmente sorridente sotto le coperte. Perché siamo esseri umani, imperfetti per definizione!

Voglio vedere tutto

di Erica Gilardi

FOMO È L'ACRONIMO inglese di Fear Of Missing Out, letteralmente "la paura di perdersi qualcosa". Nello specifico, il termine indica una delle malattie psicologiche più frequenti nel ventesimo secolo, causata dall'uso eccessivo dei social network. Secondo la definizione di *Agenda Digitale*, FOMO è una vera ansia sociale e preoccupazione compulsiva di perdere un'opportunità, un'interazione sociale, un'esperienza nuova o

DOSSIER

gratificante. Nel report dello scorso anno, il *GlobalIndex* dimostra che un quarto di tutti gli utenti nel mondo sono FOMO Networkers. FOMO ha il primato di definire la generazione dei Millennial (nati tra il 1981 e 1996) e in particolar modo le donne più giovani. La prima volta che ho sentito parlare di questa fobia è stato in un momento particolare della mia carriera universitaria. Stavo per concludere la mia tesi di laurea triennale, quando mi accorsi che non ero soddisfatta. Non per la tesi in sé, ma per il semplice fatto che, nonostante stessi sognando questo momento da anni, tutto ciò non mi sembrava abbastanza e mi domandavo da dove provenisse quest'angoscia. Mi ritrovai così una sera a scrivere alla direttrice di un giornale, spiegandole la situazione: utilizzando spesso i social, guardavo di continuo la vita degli amici scorrere attraverso il mio telefono, con la tendenza ad analizzare quello che mostravano, mentre io sentivo sempre meno l'esigenza di farlo. Avrei dovuto sentirmi felice dell'imminente traguardo, ma la mia vita mi sembrava più vuota di quella degli altri. Quando arrivò la risposta della direttrice, che mi ha spronata a spegnere il telefono e a godermi la realtà, ho cercato su Internet se ciò che stavo provando fosse solo un mio problema, scoprendo così l'esistenza della FOMO. Il social che uso di più è Instagram, dove spesso mi ritrovo a sbirciare le stories degli amici. Ogni giorno, con un click, mi appaiono una dopo l'altra una cena al ristorante, una pizza, un concerto, una città straniera, una merenda con le amiche, una serata in compagnia...

Una qualsiasi attività che in quel momento io non sto facendo e anzi, che mi sto proprio perdendo. Magari era pure sabato sera e non mi ero nemmeno degnata di uscire, semplicemente perché non ne avevo voglia; eppure, quasi come un senso di colpa, il pensiero di stare in casa improvvisamente non mi attirava più. Foto e video accendevano dentro di me desideri, aspirazioni, bisogni che non sentivo miei, ma che mi ritrovavo a provare proprio perché vedevo quello che gli altri postavano. Mi sono data dell'insicura e dell'invidiosa sentendomi sbaglia-

ta e inadeguata. Leggendo vari articoli ho scoperto però che, contrariamente a ciò che si pensa, questo non capita solamente alle persone insicure di sé o insoddisfatte, ma persino a chi con i social si guadagna da vivere. Mark Manson, scrittore, blogger e imprenditore americano, nel 2017 ha dedicato un articolo del suo blog proprio alla FOMO. La sua fobia per anni ha riguardato i viaggi. Nel suo articolo, Manson sostenne di aver visto e visitato luoghi non tanto per il piacere di farlo, ma perché si sentiva in ritardo verso chi quei posti li aveva già visitati. Per molto tempo il blogger ha speso decine di migliaia di dollari per destinazioni esotiche che trovava ogni giorno sul suo Facebook e Instagram. Manson parla di FOMO come di un desiderio compulsivo di sperimentare, motivato non tanto da ciò che si può guadagnare con quell'esperienza, ma piuttosto da ciò che potenzialmente si potrebbe perdere non vivendola; una vera e propria convinzione irrazionale che tutti si divertano sempre di più di te, in ogni momento. Una paura che sta diventando un grande problema per la nostra generazione, per il semplice fatto che davanti a noi abbiamo la maggior parte delle opzioni tra cui poter scegliere. Questa condizione è stata chiamata "il paradosso della scelta": non ci basta mai ciò che abbiamo già, perché ogni giorno ci appaiono davanti agli occhi nuove aspettative verso cui tendere. Come ogni social che si rispetti, Instagram mi ha creato sì il problema, ma mi ha fornito anche la soluzione. Proprio durante una delle mie quotidiane sessioni mi sono imbattuta in una serie di domande da porsi nell'attimo in cui si prova l'ansia da social. Chiedi a te stesso se... Vedo dei post che mi fanno sentire triste e infelice? Seguo account che mi fanno sentire come se dovessi essere qualcuno che non sono? Metto a confronto la mia vita/il mio corpo/il mio successo con quelli degli altri? Il modo in cui uso i social compromette la mia salute mentale? Se la risposta è sì, facciamo un passo indietro. Impariamo a non impiegare più le nostre energie per rincorrere il tempo degli altri, ma spendiamole vivendo il nostro, che nemmeno i ricordi di Instagram potranno ridarci. ■

