

# COME L'OSSESSIONE PER LA POSITIVITÀ STA ROVINANDO LA NOSTRA SALUTE MENTALE



Tra le tante cose che hanno caratterizzato la prima era di Facebook e oggi conservate nell'archivio iconografico collettivo "[We Pretend It's 2007-2012 internet](#)", c'è la grafica "*Keep calm and carry on*". [La storia](#) di questa immagine è molto interessante: si tratta infatti di un poster di propaganda britannico realizzato nel 1939 con l'intento di distribuirlo in caso di catastrofe, ma mai effettivamente pubblicato. Nel 2000 un libraio inglese se lo aggiudicò all'asta e cominciò a venderne riproduzioni, finché nel 2007 non aprì un *e-commerce* dedicato che ebbe un successo straordinario. Testate come il [Guardian](#), [The Independent](#) e il [New York Times](#) si interrogarono sul perché questa opera fosse così popolare, collegando la sua fama al clima politico depresso e alla crisi economica che nel 2009 ricordavano il periodo pre-bellico. Si può dire che "*Keep calm and carry on*"

sia stato non solo uno dei primi meme di internet (vista la sua riproposizione in infinite varianti, spesso ironiche), ma abbia anche anticipato un fenomeno che ancora oggi è tra i più distintivi dei social network: l'ossessione per la positività.

Come sappiamo, sia internet che i social sono nati come strumenti per unire e connettere le persone, e la loro ascesa è stata accompagnata da un clima di fiducia ed entusiasmo positivista. A distanza ormai di una decina d'anni, il panorama è cambiato totalmente: i social sono associati alla manipolazione mentale, all'*hate speech*, al capitalismo di sorveglianza e all'ansia sociale. Tuttavia, esiste ancora una fetta di internet che non ha perso l'entusiasmo dei primi tempi, ma anzi sfrutta l'onda lunga del cinismo anti social per proporre la propria visione del mondo dove tutto va per il meglio e i social sono solo un mero passatempo. Parliamo di quella sterminata galassia che va dal *coaching* di laureati alla Bocconi, ai *travel blogger*, dai fanatici del fitness, ai guru spirituali improvvisati, che non fanno altro che condividere post motivazionali e citazioni sul successo e sulla felicità. Secondo loro, non è vero che stai male: in realtà stai benissimo, sei solo troppo negativo. E il mondo non è un brutto posto, sei tu che lo vedi in quel modo.



Questo fenomeno è stato chiamato in diversi modi: "[\*Toxic positivity\*](#)", "[\*Oppressive positivity\*](#)", "[\*Fake positivity\*](#)", tutti termini che si riferiscono sia alla cultura dell'ottimismo a priori sia alla fiorente industria che la sostiene: il problema, infatti, non è tanto condividere la scritta "*Stay positive*" o una frase ispirazionale, ma il fatto che chi posta queste cose a quanto pare sta cercando di venderci qualcosa. E con altrettanta probabilità, questo qualcosa sarà legato al nostro benessere, con la promessa di cambiare le nostre vite in meglio: corsi di fitness, *coaching*, app per la meditazione, piani alimentari salutisti e quant'altro.

Ovviamente, non c'è niente di male nell'essere ottimisti e nel cercare di stare fisicamente e psicologicamente meglio e cambiare le proprie abitudini negative, ma questa esposizione continua alle *good vibes* risulta spesso in contrasto con il sentire comune: la nostra realtà, infatti, somiglia sempre più a quella [vignetta](#) del cane che beve il tè dicendo "*This is fine*", mentre la sua casa è in fiamme. La cultura della positività tossica ci potrebbe far finire dritti

nell'incendio.

Basta guardare i dati sullo stato di salute mentale globale per capire che c'è una contraddizione di fondo: [secondo l'Organizzazione mondiale della sanità](#), più di 300 milioni di persone nel mondo soffrono di depressione e questo numero sta crescendo, specialmente nei Paesi più poveri. Oltre alla depressione, che è anche la prima causa di disabilità nel mondo, i sintomi dell'ansia sono sempre più diffusi: secondo Assosalute, soltanto nel nostro Paese l'[85%](#) degli italiani soffre di disturbi legati allo stress. Se dovessimo farci un'idea basandoci solo sul nostro feed di Instagram, l'impressione sarebbe invece quella di vivere in pieno edonismo reaganiano.



È evidente che qualcuno ha ben pensato di privatizzare e quindi capitalizzare quello che è anzitutto un problema sociale. Anche se siamo abituati a pensare che le malattie mentali siano una questione privata, è innegabile che la loro

diffusione esponenziale negli ultimi anni sia stata legata a un sistema socio-economico sempre più esigente e soffocante – come dimostrano [i dati](#) in crescita sulla sindrome del *burnout*. La falsa positività ovviamente non ha interesse a risolvere il problema alla radice, altrimenti nessuno sarebbe più interessato a comprare un'app che ti sprona a pensare positivo quattro volte al giorno.

La positività è diventata così rilevante nella nostra società anche grazie all'influenza dell'ex presidente della *American Psychology Association*, Martin Seligman, famoso proprio per i suoi studi sulla [psicologia positiva](#): secondo Seligman, la disciplina si concentrava troppo sull'aspetto patologico della salute mentale, e non sull'ottimismo e la felicità. Questi concetti introdotti ormai vent'anni fa, vengono spesso svuotati e semplificati per un consumo immediato diventando, come dice Nicholas Gilmore sul [Saturday Evening Post](#), materiale “da workshop motivazionali e meeting aziendali”. Il marketing [ha sempre sfruttato](#) la felicità per venderci di tutto, ma ora sembra che si sia creata una sorta di “meta-industria” che usa questi valori non per proporci un prodotto, ma la [felicità](#) in sé.



Il sistema si autoalimenta in modo molto sapiente: la falsa positività ci induce a nascondere tutte le emozioni negative e riduce la complessità dei nostri sentimenti a un binarismo tra “buoni” e “cattivi”, che a lungo andare si rivela nocivo. La [repressione](#) genera sempre frustrazione, e di conseguenza nuove emozioni negative: non basta fare pensieri felici per essere felici, ma anzi, questa convinzione può rivelarsi controproducente. Secondo due studi pubblicati dalla rivista scientifica [Motivation and Emotion](#), le persone che credono che le proprie emozioni possano essere cambiate con la forza di volontà e la positività sono più inclini a incolparsi per le proprie emozioni negative.

La cultura della positività imposta è opprimente sia per chi decide di abbracciarla (e che presto si accorgerà che non si può vivere la propria vita con un sorriso sempre stampato in faccia) sia per chi invece soffre di depressione o di altre malattie mentali, magari sottovalutate o non diagnosticate. L'idea che basti pensare positivo per far sì che le cose belle accadano, significa far ricadere la responsabilità delle

esperienze e dei sentimenti negativi esclusivamente sulle scelte dell'individuo. Ma le persone non decidono di essere depresse, o anche semplicemente tristi: la falsa positività è una forma di gaslighting, che invalida emozioni che tutti proviamo, con l'aggravante di farlo spesso nel nome del profitto.



“Essere positivi è diventata una nuova forma di correttezza morale”, ha spiegato la psicologa della Harvard Medical School Susan David in un Ted Talk, “Alle persone col cancro viene automaticamente detto che basta pensare positivo. Alle donne viene detto di non essere così arrabbiate. E la lista va avanti. È una tirannia. È la tirannia della positività, ed è crudele, ingiusta e inefficace”. Secondo David, la cosa fondamentale per sottrarsi a questo dominio dell'ottimismo è interpretare le emozioni non come un'imposizione, ma come dati da cui partire per analizzare la propria condizione.

A volte sono proprio i social ad alimentare questo disagio, facendoci sentire in difetto in confronto a vite artificialmente perfette o a standard estetici

irraggiungibili. Il panorama, però, sta cominciando a cambiare: sempre più persone usano i social, specialmente Instagram, come una piattaforma di *advocacy* per la salute mentale. I cosiddetti "*therapy influencer*" raccontano le loro esperienze e i loro percorsi psicologici. In particolare, si insiste sull'inevitabilità e la normalità delle emozioni negative che la cultura della positività cerca di cancellare a tutti i costi. Dopotutto, anche quel "*Keep calm and carry on*" serviva a nascondere agli inglesi che sarebbe arrivata l'invasione nazista.