

ragione e sentimento

La terza via al lavoro

di **Francesca Frediani**

C'È SEMPRE UN MOMENTO in cui il nuovo lavoro della protagonista di questo romanzo - sorvegliante di uno scrittore sospettato di contrabbando, guardia forestale in un parco che nasconde il segreto di tutto; alla fine ne avrà cambiati cinque - diventa troppo affettivo, o complicato, o paranoico, portandola sull'orlo di quel precipizio da cui fin dall'inizio sappiamo che sta scappando. È esattamente in quel punto che si innesta l'elemento fantastico, come un fantasma che appare a una delle finestre di un grattacielo ipercontemporaneo. E così, ecco attività commerciali che appaiono in concomitanza con gli annunci pubblicitari scritti dalla donna, o la figurina della signora Fujiko della confezione dei cracker che diventa reale e vuole rubarle il posto. E alla protagonista tocca tornare all'agenzia interinale in cerca di un altro lavoro. Ci dev'essere una terza via, sembra suggerire questo libro surreale, delizioso e profondo, tra l'iperproduttività e la rinuncia alla competizione degli *hikikomori*, tagliati fuori dalla società. Quella di chi caparbiamente ricerca un lavoro a propria immagine e somiglianza. Chissà che l'autrice, pluripremiata in Giappone (meravigliosamente tradotta da Francesco Vitucci), non sia la nuova Banana Yoshimoto.



SAGGI D'OGGI



Il tuo ennui ti sarà utile

di **Marco Rossari**

Il vuoto della noia è il business più redditizio, non riempiamolo sempre

Come annoiarsi meglio

di Pietro Minto, Blackie edizioni, 18 euro.

Seguite l'autore sulla newsletter *Link Molto Belli*.

Un lavoro perfetto

di Tsumura Kikuko, Marsilio, 18 euro

L'autrice, best seller, è pluripremiata in Giappone.

CHE FINE HA FATTO IL VUOTO? Dove sono andate le ore assenti in cui perdevamo tempo, guardavamo il nulla e assaporavamo la magnifica sospensione del mondo che chiamavamo banalmente "noia". I francesi erano più fichi e l'avevano ribattezzata *ennui*. Suonava meglio e poi era una roba da poeti, soprattutto maledetti (anzi, *maudit*). Da noi Alberto Moravia ci aveva scritto un libro non particolarmente significativo. Ci è sempre sembrata uno stallo, uno spreco, qualcosa da cui fuggire. Ed è qui che nasce il problema. Il vuoto della noia è forse il business contemporaneo più redditizio. L'idea delle grandi corporazioni - assecondate, va detto, da noi consumatori - è stata di spazarla via dalla faccia della Terra. E così Pietro Minto, giornalista nato a Venezia che si occupa di cultura digitale su varie testate e ha una newsletter molto seguita chiama-

ta "Link Molto Belli" (iscrivetevi, ne vale la pena: non annoia mai, appunto), ha deciso di esplorare una delle caratteristiche più evidenti dell'epoca che viviamo. «Non è solo il "nostro" tempo a essere cambiato: da qualche parte, nei primi anni Duemila, il tempo sembra essersi risvegliato dal torpore, accelerando all'impazzata senza una direzione precisa». Da questo presupposto Minto si avvia in un'analisi ampia e divertente delle responsabilità e delle soluzioni. Chi è il vero colpevole: gli schermi, i social, la rete in generale? Un po' tutto, sembra rispondere Pinto. Siamo noi, anche. La dopamina che produciamo, ad esempio, quando riceviamo molti like, che ci spinge a cercarli in modo compulsivo. Ma anche l'ossitocina. Ci piace ricevere apprezzamenti e ci piace continuare a ricevere informazioni istantanee e inutili, ci infantilizza e ne godiamo: scroliamo lo schermo in una sorta di horror vacui da colmare fino ad avere disturbi del sonno, a far saltare i matrimoni, a rovinarci la vita. Pinto si muove analizzando la biografia di Steve Jobs, il demone meridiano dell'Antico Testamento, l'inedito sentimento della Fomo (*Fear of Missing Out*, paura di perdersi qualcosa) che ci è stata regalata da Twitter, Facebook e Instagram, l'avvento dell'Entreprenariat (altra parola astrusa, crasi tra "imprenditore" e "preariato") e dell'iperimpiego (ossia dello smartworking all'ennesima potenza). Il catalogo futuro è questo. Eppure, avverte Pinto, la noia può essere utile: può svuotare la mente e renderla più creativa. Il primo lockdown ce l'ha dimostrato: all'improvviso eravamo tutti cantanti, panificatori, creatori di contenuti. Certo, non tutti con lo stesso risultato, ma adesso non facciamo i noiosi. L'invito di Pinto non è conservatore. È sbagliato idealizzare il passato e demonizzare le scatole che ci portiamo in tasca o in borsa. Ma c'è modo e modo di lasciarsi invadere e allora ecco che elenca una serie di consigli pratici su come porre un argine, anzi - per dirla con le sue parole - hackerare sé stessi e provare a svuotarci un po'. Non è estremamente gratificante sentire quel rumore di carta straccia che il computer emette quando svuotiamo l'icona del cestino?