Il Covid glamour di Instagram

Bianca Terracciano
2 Settembre 2020

L’ovale (forse) smunto e febbricitante è ripreso dall’alto, in primo piano, mascherato da scintillii e lentiggini, e incorniciato da perfette messe in piega. Alla base della schermata ogni tanto compare una freccetta, quella dello swipe up, che invita il follower a raggiungere uno spazio del consumo, per approfittare di buoni sconto così convenienti che sembrano derivare dalla scarsa lucidità dovuta alla “malattia”.

Sto parlando del nuovo schema ricorrente del discorso della salute *instagrammabile*, quello attuato dall’ultima ondata di malati di Covid-19, la più patinata e glamour, nata dai bagordi di Ferragosto in Costa Smeralda. Un esercito di starlette, tronisti, influencer che sicuramente ritroveremo in autunno con l’occhio umido e il sedere ben ancorato nel salotto della patrona Barbara D’Urso, a raccontare la loro odissea con “il Corona”… non Fabrizio, ma il virus.

In realtà, almeno da quanto traspare dalla Instagram-realtà, i contagiati di lusso non sembrano passarsela tanto male, non versano in condizioni critiche e non sono ricoverati in terapia intensiva. Lo spazio della malattia è quello casalingo, dove ci si può facilmente rendere presentabili e all’altezza dei social, senza essere disturbati dall’ammonimento continuo di medici e infermieri e dai loro eventuali “non poter fare”. Il malato è solo (?), unico protagonista dei suoi discorsi, al centro di ogni inquadratura, narra e condivide il suo stato di salute con l’esterno, trasformandolo in un’opportunità per accrescere il suo seguito. Per un pubblico affamato di quotidianità, la presa diretta della malattia ha un appeal irrinunciabile, soprattutto quando ogni sintomo viene descritto con minuzia di particolari. Nello sfilacciamento temporale della quarantena, dove tutto è dilatato ed esagerato, i topic dei monologhi si avvicinano sempre più a tratteggiare le vere sembianze del nulla, soprattutto se vengono ripetute più o meno le stesse cose anche a diversi km di distanza.

Ecco le espressioni ricorrenti preferite dai malati instagrammabili:

«Amici, cercherò di raccontarvi cosa si prova ad avere il Coronavirus».

«Molti di voi mi hanno chiesto che vuol dire perdere il senso del gusto… beh, sento solo il dolce, il salato e l’amaro, quindi se mangiassi un Tiramisù e una Sacher non capirei la differenza, risulterebbero dolci entrambi».

«Mah, alla fine sto bene. Ho passato di peggio di questa brutta influenza».

«Mi raccomando amici, fate il tampone o il test *ergh*… *sirol*… [difficoltà a pronunciare la parola “sierologico”] perché è un comportamento responsabile. Abbiamo sbagliato, ma ora stiamo attenti e indossiamo la mascherina. Davvero, voglio aiutarvi».

E così il malato glamour si trasforma in paladino della prevenzione e della diffusione della consapevolezza. Non fa nulla se in discoteca l’hanno fatta grossa, *semel in anno licet insanire*. La sacra festività di Ferragosto valeva una secondata ondata di contagi: basta cospargersi il capo di cenere, scegliere il filtro adatto alle occhiaie *et voilà*, mesi di lockdown sono diventati di colpo inutili.

Intanto dove è finito il mostro annientante? Si è ammansito perché ha attecchito su corpi giovani e curati? È stato attenuato dal botox e dall'ozio vacanziero?

Le celebrità affette da Covid-19 sono sì pazienti perché patiscono e ci aggiornano con cura sulle loro condizioni, ed è proprio questa narrazione in prima persona che li rende “esperti” in materia, tanto da presumere di essere autorevoli e incespicano in trattazioni su farmaci e sintomatologia. Difatti, la maggior parte delle loro storie pubblicate su Instagram verte sulla descrizione dei sintomi, che vengono, appunto, “messi in discorso” in qualità di segni, realizzando inconsapevolmente un’operazione puramente semiotica descritta da Roland Barthes nel saggio "Semiologia e medicina".

La sopracitata descrizione della perdita del gusto dimostra che il retaggio culturale di riferimento aiuta a costruire e a mediare la relazione con il nemico invisibile, semplificato in pillole da 15 secondi l'una e da cornici di senso note a chi parla e a chi ascolta. Il Coronavirus completa la sua manifestazione testuale contraddicendo in maniera paradossale l'immaginario attestatosi negli ultimi mesi: il malato ora sembra sano, non mostra segni evidenti di sofferenza o elementi che possano opporsi all'idea di persona in salute.

A questo punto ritengo sia giusto inferire che per quanto condivisa pubblicamente, la malattia, nella sua estetizzazione, viene in realtà relegata alla sfera del segreto, perché la celebrità contagiata sui social non deve sembrare tale.

Insomma, dalla sovraesposizione mediatica di tute e mascherine, ora il Covid-19 è arrivato a essere *tradotto* dalle maschere apposte tramite i filtri Instagram, quelle dell'apparire sani e belli nonostante tutto.

In questo caso la malattia, seguendo un insight di Gianfranco Marrone, viene correlata al *benessere*, una "soglia superiore" che configura questi individui sbrilluccicanti come "degenti modello", da intendere sia nell'accezione di esempio da imitare che in quella magnificativa dell'adorazione estetica. Questi corpi

contagiosi non innescano più angoscia, sinora la passione principale del Covid-19 (si vedano gli interventi su *Repubblica* di Marrone e Recalcati), bensì ammirazione, rabbia e invidia – dipende dal tipo di sanzione applicata dall'interlocutore – per l'ostentazione di un benessere stabile, nonostante tutto. La celebrità malata non si umanizza, come ci si aspetterebbe, o almeno come avvenuto nell'ondata di marzo, ma continua a persistere e a indugiare nell'aura glamour dello spazio del contagio, quello delle discoteche alla moda, trasponendola anche in quello della degenza. L'assenza di apparecchiature mediche, di dispositivi di protezione, la presenza di make-up, abiti succinti, bijoux e marchi di lusso converge nella spettacolarizzazione e nell'annientamento dell'immaginario del Covid-distruttore, addomesticato e irregimentato da un altro tipo di viralità, quella social, che intacca i discorsi realmente autorevoli e la percezione del senso comune, preservando al contempo lo stato psicofisico del malato stesso.

L'esistenza del Covid-19 trova dimostrazione nella sua invisibilità: anche il corpo più in forma può essere malato, ecco la vera tragedia, l'inganno della mancanza di segni, quella ben espressa dall'alfa privativo apposto al termine "sintomatico". Il segreto avvolge le sorti anche del "capostipite" della *riccanza* affetta da Covid-19, Flavio Briatore, che fino all'ultimo ha preferito la prostatite – segno dell'età che avanza – al virus, pubblicando e poi nascondendo un selfie scattato nel letto del San Raffaele di Milano.

Briatore è stato capace di dividere il senso comune in due fazioni: i briatoristi, convinti che certi comportamenti erano necessari al PIL nazionale, e quella dei cattivisti, che alla notizia del contagio hanno espresso in diverse forme la loro felicità (pensate cosa avrebbero potuto combinare se fosse stato contagiato anche Berlusconi). Ovviamente l'arena della battaglia tra briatoristi e cattivisti sono i social, dove sono state accantonate i risvolti seri di questa faccenda.

A pagare lo scotto dell'estetizzazione della pandemia è stata in primis la regione Sardegna, erroneamente definita "spaventosa" da un titolone a effetto su *Repubblica*, come giustamente segnalato su Facebook da Franciscu Sedda. La Sardegna è stata colpevolizzata senza ragione, visto che a mettere in atto comportamenti promiscui sono stati i suoi ospiti, convinti di aver raggiunto uno status di immunità senza alcun motivo apparente. È annosa (e andrebbe trattata diffusamente da chi ne sa più di me) la questione della "colonizzazione" della Costa Smeralda, dove sembra stare a Milano o Roma (Nord) piuttosto che in Sardegna.

Le altre vittime inconsapevoli sono i viaggiatori che si sono trovati a condividere i mezzi di trasporto per il continente con le celebrità infette, regolarmente tornate nelle loro abitazioni, con cui magari hanno scattato un selfie sul traghetto o in aeroporto.

L’estate italiana si conclude nel caos più totale, vanificando mesi di sforzi per le follie di Ferragosto, festività durante la quale ogni stereotipo negativo dell’italiano medio raggiunge il suo culmine.

Il tutto con buona pace del governo, che, a onor del vero, ha ben pensato di prendere provvedimenti lunedì 17 agosto, lasciando intendere che il virus si intensifica in determinati luoghi, rispettando pedissequamente delle fasce orarie.

Il Covid-19 oltre a essere invisibile ed estetizzato, sembra anche aver dato saggio di una certa intelligenza, tale da poter aspirare a essere un “influencer” migliore dei corpi che lo stanno ospitando.

barbara-durso-1-1.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO