This page was exported from - L'Argine
Export date: Wed Apr 16 18:37:53 2025 / +0000 GMT

I millennial, la generazione che non può permettersi di diventare adulta

Traduzione dell'articolo di **Amelia Tait** pubblicato sul **New Statesman** con il titolo ?I just made spaghetti!? Why brands are selling millennials a twee vision of ?adulting? (7 ottobre 2017).

[...] Il mese scorso, la **Kinder** [...] ha fatto uscire uno spot per vendere il **Kinder Bueno** ai ventenni. «Ho appena pagato la bolletta del gas e più tardi sfiaterò i termosifoni» canta una donna adulta, a proposito del fare la donna adulta [...]. Poi, assieme a un'altra donna, cantano sul dare l'acqua alle piante, possedere dei **Tupperware**, possedere un ripiano per le spezie, cambiare una lampadina, attivato un addebito diretto sul conto corrente per pagare l'affitto e utilizzare una pentola. «Questo è fare gli adulti!» («Now that's adulting!»), conclude lo spot.

Nel 2013, ?adulting? è diventata ufficialmente una parola, dopo che la giornalista **Kelly Williams Brown** ha pubblicato ?Adulting: Come diventare un adulto in 468 (abbastanza) facili punti?, diventato un bestseller del **New York Times**. ?To adult? significa svolgere un compito convenzionalmente associato con gli adulti responsabili, e ?adulting? è un neologismo che aiuta i millennial a celebrare la loro età adulta prendendone al contempo le distanze.

La frase ?Ho appena fatto gli spaghetti #adulting?, ad esempio, dice al lettore che chi ha cucinato la pasta è in grado di comportarsi come un adulto senza assolutamente esserne uno. [?]

This page was exported from - L'Argine
Export date: Wed Apr 16 18:37:53 2025 / +0000 GMT

"Sai di essere un alto quando... fai la lavatrice prima di rimanere senza mutande pulite"

Si dice che ai millennial siano state date troppe medaglie di partecipazione quando erano piccoli. Traduzione: non siamo in grado di affrontare la dura realtà. La popolarità della parola ?adulting? apparentemente conferma questo pregiudizio: i giovani pubblicano orgogliosi foto dei loro piatti di pasta e twittano sul fare la lavatrice, come se queste cose non fossero azioni comuni, di tutti i giorni.

Quest'anno sono stati pubblicati molti libri sul ?come essere un adulto?. Le ricerche su Google per la parola ?adulting? continuano ad aumentare e c'è anche una serie tv americana chiamata **#Adulting** su due trentenni che cercano di crescere.

Se i giovani vogliono essere presi sul serio, quindi, perché continuano a utilizzare questa parola imbarazzante?

Sfortunatamente, l'?adulting? non smetterà perché la vera età adulta non più iniziare. Negli ultimi 20 anni, il prezzo medio delle case in **Inghilterra** e in **Galles** è aumentato del 259%, mentre i salari sono aumentati solo del 68%. Le assicurazioni per le auto hanno colpito più duramente i ragazzi dai 17 ai 22 anni, mentre le lezioni per la patente possono arrivare a costare a un diciottenne circa 3.000 sterline in totale. Avere finalmente le chiavi della propria casa o comprare una nuova macchina erano un tempo il segno che uno era diventato grande, ma i millennial non possono permettersi nessuna delle due cose.

Uno studio recente della **Resolution Foundation** afferma che le persone fra i 25 e i 35 anni spendono meno soldi per i ?divertimenti? rispetto alle persone più anziane. Beviamo meno alcol e non andiamo a cena fuori. Entrambe le cose sono attività da adulti. Mangiamo bastoncini di pesce perché vogliamo ritornare alla nostra infanzia ? o è l'unica cosa che ci possiamo permettere?

Contrariamente a quanto si creda, l'?adulting? potrebbe non nascere dalla voglia disperata di rimanere giovani. L'?adulting? potrebbe riguardare quelle persone che vogliono disperatamente crescere e di conseguenza si aggrappano agli unici simboli dell'età adulta (la lavatrice! L'affitto! Il pesto!) che hanno.

È anche vero che il concetto dietro all'?adulting? è intrinsecamente infantilizzante. Celebrare l'essere in grado di cucinare o pulire in casa non può essere separato dal recente boom delle piscine con palline per adulti, dei castelli gonfiabili per adulti, dei libri da colorare per adulti. Dal 2012, c'è stata un aumento del 65% di adulti che comprano giocattoli per bambini, secondo le ricerche sul commercio al dettaglio dell'**NDP Group**.

La nostalgia è un mercato grosso, dalle liste di **BuzzFeed** sulle cose che ?solo quelli che sono cresciuti negli anni Novanta ricorderanno? al tour della reunion del gruppo pop **Steps**. Grazie all'aumento dei prezzi delle case e ai salari stagnanti, l'età adulta non è più in vendita ? ma l'infanzia e l'adolescenza lo sono. E adesso lo è anche il finto ?adulting?. Oltre all'infinità di manuali, ci sono tazze, cuscini, adesivi (?Mi sono lavato i denti!?, ?Ho fatto una scelta razionale!?) e anche teli da spiaggia a tema. Questa proliferazione di cianfrusaglie è ciò che ha sottoposto i giovani adulti al giudizio delle loro controparti più vecchie e scontrose.

Hanno, quindi, sempre avuto ragione i cinici baby boomer sui viziati e deboli millennial? O forse l' ?adulting? e l'infantilizzazione che ne consegue sono una preziosa strategia di adattamento ? un modo divertente di minimizzare un problema politico vero? Invece di lamentarci per quello che non possiamo ottenere, celebriamo quello che possiamo ottenere.

Dopo le elezioni generali, si è detto tanto del divario generazionale nella politica britannica, con i giovani che adesso gioiscono nel prendere in giro i ?papà centristi? ? ossia, uomini di mezza età, bastian contrario, che giudicano negativamente i giovani idealisti. La politica è un dominio degli adulti a cui ci è permesso l'accesso. E quindi vi partecipiamo con fervore. Più della metà dei giovani fra i 18 e i 24 anni hanno votato nelle elezioni di quest'anno, un aumento del 16% rispetto al 2015. Se siamo estremamente entusiasti riguardo ai nostri politici o alla nostra pasta, forse è perché poche altre cose ci danno motivo di essere ottimisti.

E, sì, la parola ?adulting? è estremamente leziosa. Vedere le persone che si vantano perché hanno fatto i piatti o hanno pagato le tasse è noioso e fastidioso. Ma se ?adulting? è una parola che fa schifo, beh, rispetta perfettamente la nostra situazione schifosa. [...] Il termine probabilmente smetterà di essere utilizzato con questa frequenza solo quando si abbasseranno i prezzi delle case.

Ma la prossima volta che vi viene da alzare gli occhi al cielo di fronte all'?adulting?, ricordate: noi millennial non siamo riluttanti all'idea di crescere. È che proprio non possiamo.

Foto di copertina: pubblicità **Kinder Bueno**