

## L'immaginazione sociologica e le conseguenze sociali del Covid-19\*

Tiziano Bonini\*\*  
Università di Siena

This brief contribution aims to apply sociological imagination to the issues that emerged with the Covid-19 crisis and suggests some possible topics and methodologies of research. In the first section I describe three relevant themes, among the many possible ones: 1) the new role of personal data (especially those related to our health); 2) the "mediatisation" of distance; 3) the environmental impact of digital media. In the second section, I conclude with a note on how to set the sociological imagination in motion. Among the possible methods, I suggest the rediscovery/adoption of ethnographic methods, and among them, in particular, auto-ethnography. I maintain that it might be useful to study with an ethnographic approach the sociality produced during these days of confinement, instead of using the usual online questionnaires, which often represent a lazy way, for the researcher, to delegate the work of data production to others. Instead, it would be more interesting to return to participant observation and study media as a practice (Couldry 2004). In the conclusions I briefly sketch how it could still be possible to do ethnography in the field in the age of physical distancing and new possible lockdowns.

**Keywords:** digital divide; big data; mediatisation; climate change; sociological imagination

### Introduzione

Questo contributo inizia con una confessione. Devo ammettere che nelle prime settimane di isolamento domestico ho avuto difficoltà a mettere a fuoco il ruolo di un sociologo che studia i media e la comunicazione in un periodo del genere. In meno di 3 mesi sono usciti 673 articoli scientifici sul Covid-19 (Sandal 2020), ma tutti nelle aree della medicina, della biologia e della matematica. Rispetto alla necessità di sviluppare un vaccino o una cura al più presto, di mettere a punto modelli matematici per la previsione dell'andamento dei contagi o di produrre una nuova maschera con una stampa 3D, qualsiasi domanda di ricerca di tipo sociologico mi sembrava secondaria. I sociologi possono aspettare, non è questo il loro momento, mi sono detto. Man mano però che i giorni passavano, sono tornato spesso a domandarmi se davvero non ci fosse bisogno anche di un'immaginazione sociologica (Mills 2018), da attivare subito, per poter tornare utile nel lungo periodo, quando l'emergenza sarà finita.

---

\* Articolo proposto il 20/04/2020. Articolo accettato il 20/05/2020

\*\* [tiziano.bonini@unisi.it](mailto:tiziano.bonini@unisi.it)

## 1. Cosa osservare

Il distanziamento fisico e l'isolamento domestico di miliardi di persone in contemporanea possono anche essere visti come un esperimento sociale su scala globale capace di portare alla luce, come una cartina di tornasole, o una mareggiata, molte questioni sociali che si offrono all'occhio attento del sociologo e a quello dello studioso di media.

Nei mesi e anni a venire vedremo sicuramente esplodere il numero di pubblicazioni che indagano temi sociologici e mediali emersi durante la "famosa pandemia" del 2020, ma, come spesso avviene, solo un numero ristretto di pubblicazioni sarà capace di apportare un significativo miglioramento della nostra comprensione della società e a farlo saranno quegli studi capaci di "vedere e valutare il grande contesto dei fatti storici nei suoi riflessi sulla vita interiore e sul comportamento esteriore di tutta una serie di categorie umane" come ci ricorda Mills (2018, p. 21). L'immaginazione sociologica è dunque ancora un'arma potentissima per guidarci nella scelta delle domande di ricerca che sappiano farci "vedere" la società, che siano guidate da una sincera curiosità intellettuale, e non semplicemente dal bisogno di generare "impatto" e fare carriera pubblicando ricerca sociale "ai tempi della pandemia", per stare al passo coi tempi ed essere più facilmente intercettati dagli algoritmi di Google Scholar.

Se applichiamo l'immaginazione sociologica a questo particolare momento storico, cosa dovremmo osservare? Quali sono i temi, le questioni critiche fatte emergere dalla crisi globale generata dal Covid-19? Ogni sociologo credo vedrà più di una questione critica, a partire dalla crisi della globalizzazione (ma è una crisi causata dal nuovo Corona Virus oppure questo virus ha solo contribuito a farla emergere? Che è un po' come chiedersi se la globalizzazione sta morendo *per* il virus o se muore *con* il virus come concausa secondaria). Eppure, qui si presenta subito una contraddizione: da un lato, la globalizzazione del commercio e delle persone rappresenta, per Bruno Latour (2020) il vero agente patogeno "la cui terribile virulenza ha modificato le condizioni di vita di tutti gli abitanti del pianeta" e ha permesso al virus di diffondersi nello spazio dei luoghi tramite l'interfaccia offerta dallo spazio dei flussi (Castells 1996); dall'altro, quella stessa globalizzazione ci ha rifornito di prodotti globali che ci hanno permesso di traslocare velocemente la nostra socialità e i nostri lavori online nel giro di poche settimane.

Ognuno di noi, appunto, vedrà emergere dal campo sociale colpito dal virus una serie di temi rilevanti per la ricerca del futuro. Personalmente, la mia limitata immaginazione mi fa intravedere tre temi rilevanti, tra i tanti possibili: 1) il nuovo ruolo dei dati personali (soprattutto quelli legati alla nostra salute); 2) la "mediatizzazione" della distanza; 3) l'impatto ambientale dei media digitali.

### 1.1. *L'economia politica dei dati al tempo del Covid-19*

[...] l'accumularsi degli espedienti tecnologici nasconde questo significato: coloro che se ne servono, non li capiscono; coloro che li inventano, non comprendono molto di più. Ecco perché non possiamo, se non

con molti dubbi e riserve, prendere l'abbondanza tecnologica come indice di qualità umana e di progresso culturale (Mills 2018, p.280).

Il fatto che una micro-particella di 150 nm di diametro (circa 600 volte più piccola del diametro di un capello umano) sia sfuggita alle maglie dell'infrastruttura tecnologica del capitalismo di sorveglianza (Zuboff 2019) è, per certi versi, un segnale "positivo": significa che la società del controllo che caratterizza questa fase avanzata del capitalismo informazionale non ha ancora raggiunto il pieno dominio biopolitico degli esseri viventi. Intelligenza artificiale, internet delle cose, sensori, telecamere intelligenti, big data e algoritmi, un'infrastruttura estremamente abile nel governare i flussi di capitale, merci e persone e controllarne movimenti, gusti, orientamenti di voto fino a prevederne con ragionevole probabilità comportamenti futuri, ha "fallito" nel rilevare lo spostamento di particelle piccolissime che hanno usato il corpo umano come vettore per attraversare indisturbate i confini nazionali. La rete "umano + virus" ha battuto sul tempo qualsiasi rete di controllo e ha in pochi giorni determinato un riassetto del sociale su scala globale, per dirla alla Latour. Le maglie di questa società del controllo non sono ancora così fini da trattenere e rintracciare un corpo così minuscolo.

La risposta data da molti paesi occidentali alla proliferazione del virus – il distanziamento fisico e il confinamento domestico – è tipica di una società della sorveglianza di tipo novecentesco. Di fronte al virus, la società dei big data si è ritrovata senza...*data*. In mancanza di dati granulari, siamo ancora obbligati ad applicare la quarantena di massa, indiscriminata.

La diffusione non prevista e in-controllata del Covid-19 ha avuto come effetto quello di accelerare l'estensione del dominio della società del controllo. La frontiera del controllo si sta spostando in avanti: non più il governo dei corpi, ma anche il governo dei micro-corpi. E per governare i micro-corpi abbiamo imparato tutti che bisogna fare il "contact-tracing", cioè il tracciamento dei contatti che i corpi risultati positivi hanno avuto con i corpi già infetti. Questo ha portato a un'esplosione sui media del dibattito sull'uso dei dati personali per il tracciamento della diffusione del virus. Come una cartina di tornasole, il virus ha fatto emergere le differenti posizioni etiche rispetto all'uso di dati personali per fini sanitari che esistono nel mondo. In particolare, sono emerse tre diverse posizioni, che si sovrappongono perfettamente all'attuale geopolitica di internet: il modello americano (Silicon Valley), il modello europeo e quello asiatico/cinese. Il primo è radicato in quella che Barbrook e Cameron (1996) hanno chiamato Ideologia Californiana, un anarco-individualismo nato da una matrice libertaria e contro-culturale e poi definitivamente appropriato dalla logica neoliberista delle aziende private americane. Questo modello prevede già la proprietà privata di - e il controllo su - i dati dei cittadini americani, tramite l'adesione ai termini di servizio delle piattaforme digitali private fondate in Silicon Valley, ma non prevede la possibilità che lo stato, o il governo o un ente pubblico possa avere accesso ai dati sulla salute dei suoi cittadini. Negli USA un'assicurazione privata può chiedere a un cittadino di indossare un Fitbit e trasmettere i dati sulla propria salute alla compagnia per ottenere uno sconto sul costo dell'assicurazione, ma lo stato non può

chiedere a un cittadino di installare una app per controllarne i movimenti. Milioni di cittadini americani fanno sport regalando i propri dati fisiologici a piattaforme private ma hanno paura che lo stato abbia accesso a dati meno invasivi di quelli che essi già stanno offrendo gratis alle aziende.

In Cina il modello è opposto: il capitalismo di piattaforma (Srnicsek 2017) di tipo cinese è statale e tutte le piattaforme che raccolgono dati devono condividerli con il governo, a richiesta. In Cina la diffusione del virus è stata gestita attraverso la sperimentazione di app per il contact tracing che hanno permesso un accesso immediato e diretto ai dati dei cittadini, in barba a qualsiasi diritto individuale di privacy.

Il “modello” europeo per ora non esiste, ma si manifesta in alcune dichiarazioni di tecnologi, filosofi e burocrati di Bruxelles che sostengono sia possibile coniugare big data, salute e privacy. Alcuni esperti si sono già riuniti a Bruxelles per progettare una app europea di tracciamento, in grado di rispettare la normativa EU sulla privacy (Busvine 2020): un modello più partecipativo, basato sugli Open Data, dove la partecipazione alla condivisione dei dati sia volontaria e ci siano chiare regole sulla gestione e trasparenza dei dati.

Arvidsson (2020) ha notato che questa crisi sanitaria globale potrebbe avere come effetto quello di accelerare la realizzazione della società del controllo descritta da Deleuze e che probabilmente avremo solo la libertà di scegliere quale tipo di società del controllo vogliamo: americana, europea o cinese? Arvidsson sostiene anche che “non c’è da sorprendersi se il modello della società del controllo, adesso, si mostri come una parte della modernità cinese, che ha avuto i suoi sviluppi più importanti nell’ambito di un modello politico dove i diritti individuali e la società civile contano relativamente poco, e dove, invece, il problema cibernetico del mantenimento dell’ordine sociale è pressoché tutto”.

Da sociologi, siamo chiamati a fare chiarezza su questo cambio di paradigma, a mettere in luce rischi e possibilità di queste differenti politiche dei dati.

## 1.2. *La mediatizzazione della distanza*

Questi giorni di isolamento hanno mostrato a tutti la sofferenza che provano i migranti lontani da casa, che non hanno il controllo sui loro spostamenti e che devono arrangiarsi con i mezzi che hanno per “tornare a casa temporaneamente” (Bonini 2011). Siamo tutti diventati migranti attaccati allo smartphone e forse ora capiremo perché per un migrante una sim card è così vitale (Gillespie 2018).

I media digitali si sono dimostrati fondamentali per sostenere il tessuto sociale della vita quotidiana. Questi giorni hanno anche riportato in auge vecchie profezie dimenticate come quella della fine della distanza (Cairncross 1997), una profezia tecno-determinista che attribuiva ai nuovi media digitali la capacità di annullare le distanze spaziali. In realtà internet non ha annullato le distanze, le ha “mediatizzate”, così come ha “mediatizzato” molti altri aspetti della vita un tempo non ancora sottoposti all’influenza dei media (Couldry & Hepp 2013). Cosa significa che la distanza è stata “mediatizzata”? Non significa che sia

stata semplicemente “mediata” da Skype o dallo smartphone, come se questo processo di mediazione fosse neutrale, ma significa che la logica dei media digitali ha cambiato in profondità il campo dei rapporti interpersonali a distanza, riconfigurandone pesantemente i termini.

Le piattaforme di video-conferenza e di video-chiamata ci hanno sì permesso di mantenere i contatti con i nostri genitori, amici e parenti confinati in altri spazi domestici, ci hanno sì permesso di ricostruire un “senso di casa”, per quanto fragile e temporaneo (Bonini 2010), ma a quale prezzo?

Il prezzo è la perdita dell’“aura” della comunicazione interpersonale, la ricchezza informativa e la pienezza emotiva di un’interazione non sottoposta a mediazioni tecnologiche, come ricorda Sherry Turkle in un libro molto discusso (2016). Nei giorni del confinamento abbiamo assistito alla perdita dell’aura della lezione scolastica e universitaria dal vivo, dell’aperitivo dal vivo, delle conversazioni dal vivo, delle performance dal vivo. Se il processo di mediatizzazione della comunicazione interpersonale era già in atto da molti anni, il periodo di confinamento domestico lo ha accelerato e ingigantito, facendolo diventare l’unica forma di socialità possibile. Quando nel 1985 Stewart Brand fondò la comunità virtuale di The W.E.L.L., la possibilità di socializzare a distanza tra conoscenti ed estranei senza il peso dei corpi e dei vincoli geografici fu salutata come la scoperta di una nuova frontiera, il cyberspazio (Turner 2006), all’interno del quale persone dagli interessi simili potevano co-evolvere insieme alle nuove infrastrutture telematiche in maniera armoniosa. Trentacinque anni dopo, quella “tecnologia su piccola scala” (Turner 2006) che era The W.E.L.L. ha subito diverse mutazioni fino a prendere la forma di piattaforme globali che gestiscono comunità online di milioni di persone con uno spirito che di quel progetto iniziale conservano solo la facciata ideologica. La socialità “scorporata” dai vincoli fisici delle prime comunità virtuali era connotata positivamente, univa solo poche menti affini tra loro, avveniva su piccola scala (poche migliaia di utenti) ed era ancora confinata a momenti precisi della giornata. Ora la socialità online è esondata dai confini di una BBS (*Bulletin Board System*), un forum, una chat vincolate a un computer da scrivania, a cui si accedeva in momenti precisi della giornata, per debordare in tutti gli interstizi della vita, “mediatizzando” appunto il quotidiano, tanto che, a volte, è la vita *offline* a sembrare un interstizio della vita online. Il tempo passato a socializzare “dentro” un ecosistema di piattaforme digitali (*Media life*, Deuze 2011) ha iniziato a superare il tempo passato a socializzare in forma non mediata, come è avvenuto durante il periodo di confinamento domestico. Se la socialità mediatizzata - che un tempo si affiancava a quella non mediata come una protesi tecnologica in grado di sopperire ai suoi limiti - diventa l’unica socialità possibile o prevalente, allora rischiamo davvero di perdere del tutto l’unicità, l’aura appunto, della socialità non mediata, e tutta la ricchezza di informazioni che da questa derivava.

Qual è la conseguenza di questa migrazione massiva della socialità online?

Secondo Andrejevic, così come il capitalismo industriale del Novecento aveva automatizzato il lavoro fisico dell’uomo trasferendolo alle macchine, oggi i “media automatizzati” del capitalismo informazionale “scaricano la socialità sui sistemi digitali” (2019, p. 7). Per Andrejevic la socialità online non integra più quella offline, ma

semplicemente la rimpiazza, trasferendola online. La conseguenza di questa migrazione, secondo lui, sarebbe un'automazione dei nostri comportamenti sociali, sempre più orientati e modellati da scelte tecnologiche fatte da aziende private di cui non conosciamo il funzionamento. I media digitali "aspirano" la socialità offline e la scaricano online, e questo, secondo Andrejevic (2019), porterebbe all'incrinarsi della capacità umana di comprendere l'Altro da noi e sviluppare una disposizione civica verso la società. Ma anche senza assumere questa prospettiva apocalittica, e senza per forza aderire all'idea di Turkle che la socialità online sia per sua natura peggiore di quella faccia a faccia, bisogna chiederci quali sono le conseguenze di questo processo di mediatizzazione "profonda" (Hepp 2019) della socialità, che il virus ha accelerato.

Da un lato abbiamo scoperto che possiamo intrattenere relazioni significative ed emotivamente ricche anche a distanza, sopportando tutti i *glitch* delle video-chiamate e che la didattica online ha una serie di vantaggi, tra cui quello di favorire la partecipazione di studenti più timidi o insicuri via chat, dall'altro però abbiamo anche sperimentato nella vita quotidiana l'iper-dipendenza della socialità da piattaforme digitali private, quella che Van Dijck et al. (2019) chiamano *platformization* della società. Cosa significa per un sistema educativo nazionale dipendere interamente da piattaforme digitali private, con sede negli Stati Uniti o in Cina? Significa non avere alcun controllo sui dati e sulle forme possibili di mediazione dell'educazione a distanza: le piattaforme educative di Microsoft e Google non sono state progettate tramite un processo partecipativo che ha tenuto conto dei bisogni di docenti e studenti. Sono state le scuole e le università a doversi adattare alle piattaforme private (in pochi giorni), e non il contrario. Ci affidiamo a piattaforme commerciali fidandoci ciecamente della loro capacità di gestire accuratamente i dati di milioni di persone, fiducia che, nel caso di Zoom, ad esempio, si è rivelata malriposta (Paul 2020).

Nascono nuovi costi (abbonamento alle piattaforme) per scuole e università, che ricevono il prodotto così com'è, senza possibilità di co-progettarlo. La scuola diventa un nuovo mercato da conquistare per i giganti del settore ICT, che hanno la possibilità di allevare da subito i clienti di domani, catturandoli già da bambini dentro i propri ecosistemi proprietari.

Il rischio di questa accelerazione della mediatizzazione della distanza, a tutti i livelli, è che una volta accettata, si faccia fatica a tornare indietro: ai docenti sarà richiesto di trasferire i propri corsi online anche dopo la fine della pandemia? Il pericolo è quello descritto da Andrejevic, di una cattura sempre più estrema della socialità offline dentro i confini della socialità online di proprietà di multinazionali. Il capitalismo di sorveglianza ha innescato una nuova ondata di *enclosures*: dopo la mercificazione delle terre emerse e della natura, a entrare nel circuito del valore sono: 1) i nostri dati fisiologici; 2) la nostra socialità; 3) i nostri stati affettivi e 4) la nostra capacità di dare attenzione (essere audience).

La *piattaformizzazione* dell'educazione ha fatto anche riemergere, come un iceberg nascosto, le questioni del *digital divide* nella società: quanti bambini non sono riusciti a connettersi alle lezioni online? Quanti studenti universitari non hanno ancora connessioni internet ad alta velocità? Ma il *digital divide* non è soltanto una questione di accesso alle

tecnologie. Anche laddove gli studenti abbiano avuto accesso, molti studiosi ci dicono che le competenze informatiche e i benefici che si possono trarre dal loro uso sono socialmente strutturati e dipendono fortemente dal livello di istruzione dei singoli e delle famiglie di provenienza (Hargittai & Hinnant 2008).

A cosa serve l'immaginazione sociologica? A "vedere" questi temi, a farli emergere dal vortice degli eventi di questi giorni, a far sì che entrino nell'agenda di cittadini e politici.

### 1.3. *Greening the media: capitalismo, cambiamento climatico, media digitali*

In questi giorni molti studiosi hanno ipotizzato un rapporto causale tra la diffusione del Covid19 nell'uomo e il cambiamento climatico provocato dall'impatto umano. Le principali epidemie degli ultimi anni — Ebola, Sars, Mers, influenza aviaria o suina e Covid19— sono di origine animale e, secondo questa ipotesi, ad influire sulla loro diffusione è stata la riduzione delle barriere naturali che per secoli hanno creato un argine al contagio. La deforestazione di vaste aree come l'Amazzonia e l'avanzata delle aree urbane ha di fatto cancellato una grande biodiversità che, formando una sorta di prima linea, permetteva di mantenere una maggiore distanza tra i virus e l'essere umano. Latour (2020) ci invita a pensare questa crisi sanitaria come una palestra per allenarci alla crisi climatica che verrà, e che a sua volta, renderà sempre più probabili altri *spillover* di virus.

Finora abbiamo pensato al cambiamento climatico come la conseguenza della nuova ondata di globalizzazione innescata dall'espansione del capitalismo industriale del Novecento, che per funzionare ha bisogno di consumare energia proveniente ancora da fonti non rinnovabili. Siamo abituati a pensare al riscaldamento globale come il frutto della circolazione di auto e aerei, del riscaldamento domestico e dell'agricoltura intensiva. Ma oggi non è più così. Murdock & Brevini (2019) ci invitano a pensare il nesso tra capitalismo, crisi ambientale e media digitali. Negli ultimi dieci anni, tra le dieci multinazionali a più alta capitalizzazione di mercato, sono quasi scomparse le aziende petrolifere, sostituite da quelle tecnologiche (Alphabet, Apple, Microsoft, Amazon, Facebook). Il capitalismo di piattaforma consuma energia non rinnovabile sotto forma di *server farm*.

Le tecnologie digitali producono il 4% delle emissioni di gas serra (LePage 2019). Inoltre, la maggior parte del traffico internet mondiale passa attraverso i data center, che abilitano il funzionamento delle piattaforme di streaming come Netflix e YouTube. Si stima che ogni anno questi data center consumino almeno l'1% dell'energia elettrica mondiale, una cifra che in futuro dovrebbe aumentare e che sicuramente è già aumentata in questi giorni di confinamento, in cui il consumo di contenuti video in streaming (film e serie tv, videogiochi, video online) è letteralmente esploso. I data center sono inoltre responsabili di circa lo 0,3% delle emissioni globali di CO2 (BBC News 2018).

Uno sguardo sociologico sui media dovrà necessariamente mettere sotto indagine l'impatto ambientale della filiera produttiva dei media (Maxwell & Miller 2012). La società post-Covid19 non può dissociarsi dal suo impatto sull'ambiente, come ha fatto finora il capitalismo industriale. Le aziende e le istituzioni mediali dovranno impegnarsi per

progettare una transizione verso fonti di energia rinnovabili e a emissioni zero, per essere “digitalmente sostenibili”. Dovrebbero anche approvare e rispettare un codice etico che le costringa ad abbassare l'impronta ecologica delle loro routine produttive.

I *production studies* (Mayer, Banks, Caldwell 2009), dopo aver dedicato molta attenzione alla precarizzazione dei lavoratori delle industrie creative e culturali (Hesmondhalgh & Baker 2013), hanno un nuovo campo di indagine da esplorare, ma anche gli emergenti *platform studies* e i ri-emergenti *infrastructure studies* (Plantin et al. 2018), con la loro enfasi sulla materialità dei media digitali, hanno tutti gli strumenti per mettere a fuoco l'impatto ambientale delle infrastrutture digitali.

## 2. Conclusioni: Come osservare

Ho iniziato questo contributo in maniera narrativa non per caso. Ho scelto questo registro perché voglio mostrare che esso fa parte della risposta a “come dobbiamo osservare”. Nel corso di questa riflessione ho suggerito alcuni possibili temi, qualcosa di rilevante da osservare attraverso l'immaginazione sociologica. Vorrei concludere invece con una nota sul come mettere in moto questa immaginazione, e tra i metodi possibili, suggerisco la riscoperta dei metodi etnografici, e tra questi, in particolare, l'auto-etnografia.

Il tema dei dati e della governance digitale delle piattaforme è oggi ampiamente al centro del dibattito internazionale di varie discipline, tra cui l'economia politica dei media, i *platform studies*, i *software studies* e gli studiosi di politiche pubbliche e governance delle telecomunicazioni.

L'impatto ambientale del capitalismo di piattaforma è invece un campo nascente di indagine, per ora esplorato marginalmente dall'economia politica dei media e dai *Cultural Studies* che si occupano di industrie creative e culturali.

Le forme della socialità online sono invece un campo ampiamente studiato e storicizzato dalla sociologia dei media e dai media studies in generale. Però potrebbe essere produttivo studiare con un approccio etnografico la socialità prodotta durante questi giorni di confinamento, invece di utilizzare i soliti questionari online, che spesso rappresentano un modo pigro, per il ricercatore, di delegare il lavoro di produzione dei dati ad altri. Con l'etnografia invece i dati sono *co-creati* dal ricercatore e dai protagonisti del campo. Mai come in questi giorni ho visto proliferare tra i miei contatti sui social media questionari online su come il Covid19 ha cambiato il lavoro, la socialità, il consumo culturale ecc. Sarebbe invece più interessante tornare a fare osservazione partecipante e studiare i media *as a practice* (Couldry 2004). E come, se siamo confinati a casa? Beh, da molto tempo ormai il “campo” etnografico non è più soltanto un luogo fisico, ma è stato esteso prima al cyberspazio, poi a internet, poi al virtuale e ora al digitale (Caliandro 2018). Inoltre, possiamo sempre fare interviste in profondità via Skype o chiedere agli intervistati di accoglierci come osservatori dentro le loro chat su WhatsApp.

Un altro strumento qualitativo che si adatta perfettamente al confinamento domestico, è l'auto-etnografia (Anderson 2006; Chang 2016): quanto possiamo imparare sulla società osservando auto-riflessivamente la nostra esperienza di mediatizzazione della socialità?

A questo proposito, Zygmunt Bauman (2015), descrivendo il lavoro di Mills, ci fornisce un assist magnifico per chiudere il cerchio di questo contributo. Bauman sostiene che l'immaginazione sociologica renda politico ciò che è personale:

Non fu per caso se Mills assimilò la prassi dell'immaginazione sociologica al lavoro di persone come i romanzieri e i giornalisti. Per Mills, l'immaginazione sociologica – al pari della narrativa e del giornalismo – rende possibile lo sviluppo di una “qualità della mente” che permette alle donne e agli uomini di capire e raccontare ciò che accade loro (...). È compito dell'immaginazione sociologica mostrare come la vita personale e la biografia individuale siano intimamente connesse agli eventi storici e ai processi strutturali, ed è sua aspirazione, sempre secondo Mills, “fare la differenza nella qualità della vita umana nel nostro tempo (2015, p. 8).

Prendendo esempio da Mills, uno sguardo sociologico all'attuale pandemia dovrebbe servire a fare la differenza nella qualità della vita umana del nostro tempo e per farlo, il sociologo deve offrirsi come “organo di intelligenza pubblica”.

## Bibliografia

- Anderson, L. (2006). Analytic autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 373-395.
- Andrejevic M. (2019). *Automated media*. Londra: Routledge.
- Arvidsson, A. (2020). Governativa, privata o open. Quale società del controllo vogliamo? Che Fare, 6 aprile 2020. <https://www.che-fare.com/arvidsson-societa-controllo-open>
- Barbrook, R., Cameron, A. (1996). The Californian Ideology, *Science as Culture*, 6(1), 44-72.
- BBC News (2018). Climate Change: Is your Netflix habit bad for environment? *BBC News*, 12 Ottobre. <https://www.bbc.com/news/technology-45798523>.
- Bauman, Z. (2015). *La scienza della libertà: A cosa serve la sociologia*. Milano: Edizioni Centro Studi Erickson.
- Bonini, T. (2011). The media as 'home-making' tools: life story of a Filipino migrant in Milan. *Media, Culture & Society*, 33(6), 869-883.
- Bonini, T. (2010). *Così lontano, così vicino: tattiche mediatiche per abitare lo spazio*. Verona: Ombre corte.
- Busvine D. (2020). European experts ready smartphone technology to help stop corona virus, *Reuters.com*, 1 aprile. <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-europe-tech/europe-to-launch-coronavirus-contact-tracing-app-initiative->
- Cairncross, F. (1997). *The death of distance*. Boston: Harvard Business School Press.
- Caliandro, A. (2018). Digital methods for ethnography: Analytical concepts for ethnographers exploring social media environments. *Journal of Contemporary Ethnography*, 47(5), 551-578.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Volume I, *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.
- Chang, H. (2016). *Autoethnography as method* (Vol. 1). Londra: Routledge.
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social semiotics*, 14(2), 115-132.

- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media, Culture & Society*, 33(1), 137-148.
- Gillespie, M., Osseiran, S., & Cheesman, M. (2018). Syrian refugees and the digital passage to Europe: Smartphone infrastructures and affordances. *Social Media+ Society*, 4(1), 2056305118764440.
- Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). Digital inequality: Differences in young adults' use of the Internet. *Communication research*, 35(5), 602-621.
- Hepp, A. (2019). *Deep Mediatization: Key Ideas in Media & Cultural Studies*. Londra: Routledge.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2013). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Londra: Routledge.
- Latour, B. (2020). La crisi sanitaria ci induce a prepararci al cambiamento climatico, *Antinomie*, 1 aprile. <https://antinomie.it/index.php/2020/04/01/la-crisi-sanitaria-ci-induce-a-prepararci-al-cambiamento-climatico/>
- LePage, M. (2019). Digital sobriety can halt tech fueled global warming says report, *New Scientist*, 5 marzo. <https://www.newscientist.com/article/2195771-digital-sobriety-can-halt-tech-fuelled-global-warming-says-report/>
- Mayer, V., Banks, M. J., & Caldwell, J. T. (a cura di). (2009). *Production studies: Cultural studies of media industries*. Londra: Routledge.
- Maxwell, R., & Miller, T. (2012). *Greening the media*. Oxford: Oxford University Press.
- Mills, C. W. (2018). *L'immaginazione sociologica*. Milano: Il Saggiatore.
- Murdock, G., & Brevini, B. (2019). Communications and the Capitalocene: Disputed ecologies, contested economies, competing futures. *The Political Economy of Communication*, 7(1), 51-82.
- Paul K. (2020) Zoom is malware. Why experts worry about the video conferencing platform. *The Guardian*, 2 aprile. <https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/02/zoom-technology-security-coronavirus-video-conferencing?>
- Plantin, J. C., Lagoze, C., Edwards, P. N., & Sandvig, C. (2018). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1), 293-310.
- Sandal M. (2020) Come la pandemia sta cambiando il mondo della ricerca scientifica, *Il Tascabile*, 27 marzo. <https://www.iltascabile.com/scienze/pandemia-ricerca-scientifica/>
- Srnicek, N. (2017). *Capitalismo digitale: Google, Facebook, Amazon e la nuova economia del web*. Roma: Luiss University Press.
- Turkle, S. (2016). *La conversazione necessaria*. Torino: Einaudi.
- Turner, F. (2006). *From counterculture to cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: University of Chicago Press.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press.

Zuboff S. (2019) Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri. Roma: Luiss University Press.

### **Nota biografica**

Tiziano Bonini è professore associato in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive dell'Università di Siena, dove insegna Sociologia della comunicazione e Mass media, cultura digitale e società.