

Tra spazi fisici e digitali. Come i giovani raccontano la pandemia attraverso il visual storytelling *

Simona Tirocchi^{**}
Università di Torino

Martina Crescenti^{***}
Università di Torino

Andrea Cerase^{****}
Università di Roma La Sapienza

Gabriella Taddeo^{*****}
Università di Torino

This article focuses on the perception of physical and digital spaces by young people during the pandemic period and the transformation of their relationships (with themselves and others) within those spaces. The pandemic has undoubtedly caused a disruption in social rituals and a radical reorganization of the timing and rhythms of daily life. As part of the activities of the PRIN project "Inhabiting uncertainty: A multifaceted study on the relationship between social attitudes and lifestyles in pandemic spaces," the research unit affiliated with the University of Turin analyzed 69 visual storytelling projects created by a sample of young individuals belonging to Generation Z (conventionally defined as those born between 1997 and 2010) during a post-pandemic period, between March and June 2022. Using these visual and creative outputs, the young participants in the study attempted to express, through reflective narratives, how physical and digital spaces were inhabited, experienced, and semantically reworked during the pandemic, particularly during the first lockdown. Through a bottom-up qualitative methodology, the narratives constructed through visual storytelling contributed to providing a comprehensive overview of how the young boys and girls lived through a critical and challenging phase of their existence. They attributed new meanings to social spaces and identified creative and alternative forms of managing social relationships and the self. Within this context, attention was given to the role played by media, particularly digital platforms, which, especially during the pandemic, served as a complementary space to the private and physical realm of the home and the external sphere of public life, consisting of squares, streets, and significant places such as schools, gyms, and churches.

Keywords: Young people; Covid 19; Visual Storytelling; Digital Platforms

* Articolo proposto il 20/03/2023. Articolo accettato il 30/05/2023

** simona.tirocchi@unito.it

*** martina.crescenti@unito.it

**** andrea.cerase@uniroma1.it

***** gabriella.taddeo@unito.it

L'articolo si concentra sulla percezione degli spazi fisici e digitali da parte dei giovani durante il periodo pandemico e sulla trasformazione delle loro relazioni (con se stessi e con gli altri) all'interno di quegli spazi. La pandemia ha indubbiamente determinato uno stravolgimento dei riti della vita sociale e una radicale riorganizzazione dei tempi e dei ritmi della vita quotidiana.

Nell'ambito delle attività del progetto PRIN "Inhabiting uncertainty. A multifaceted study on the relationship between social attitudes and lifestyles in pandemic spaces"¹, l'Unità di ricerca che fa capo all'Università di Torino ha analizzato 69 visual storytelling realizzati da un campione di ragazzi e ragazze appartenenti alla Generazione Z (con la quale indichiamo convenzionalmente i giovani nati tra il 1997 e il 2010) durante un periodo successivo alla pandemia, tra marzo e giugno del 2022.

Utilizzando questi prodotti visuali e creativi i giovani coinvolti nella ricerca hanno tentato di esprimere, mediante narrazioni riflessive, il modo in cui gli spazi fisici e digitali sono stati abitati, vissuti e rielaborati semanticamente durante la pandemia e, in particolare, nel corso del primo lockdown. Grazie a una metodologia qualitativa *bottom up*, i racconti costruiti attraverso i visual storytelling hanno, così, contribuito a restituire un quadro composito di come i ragazzi e le ragazze hanno vissuto una fase critica e difficile della propria esistenza, attribuendo un nuovo significato agli spazi sociali e individuando forme creative e alternative di gestione delle relazioni sociali e del sé. In questo contesto, è stata posta attenzione al ruolo giocato dai media e più in particolare dalle piattaforme digitali, che specialmente durante la pandemia hanno rappresentato uno spazio complementare rispetto a quello fisico e "privato" della casa e a quello "esterno" della vita pubblica, fatto di piazze, strade, luoghi significativi come la scuola, la palestra, la parrocchia.

Gli "effetti sociali" della pandemia

La pandemia da Covid-19 ha colpito inaspettatamente il mondo all'inizio del 2020 e ha interessato in particolare l'Italia a partire dal mese di marzo dello stesso anno.

Essa è stata e continua a essere un fenomeno in corso di trasformazione e definizione², i cui significati sono continuamente costruiti e ri-costruiti per mezzo di pratiche comunicative e discorsi che hanno coinvolto tutti gli ambiti della vita sociale.

Nell'analisi della letteratura internazionale sui cambiamenti sociali indotti dall'emergenza del Covid-19 uno dei concetti più ricorrenti è *disruption*, termine che nella lingua inglese sottolinea la difficoltà o l'impossibilità di fare qualcosa nel modo consueto o "normale", enfatizzando pertanto la discontinuità tra il *prima* e il *dopo* e la profondità dei mutamenti

¹Università di Roma La Sapienza (PI: Marina Ciampi), Università di Firenze, Università di Teramo, Università del Salento, Università di Torino.

² L'annuncio ufficiale dell'emergenza sanitaria internazionale è avvenuto il 30 gennaio 2020 e, nel momento in cui viene scritto questo articolo, l'Oms non ha ancora dichiarato la fine della pandemia.

sociali legati alla pandemia e, soprattutto, alle misure di confinamento e *social distancing* imposte dai governi soprattutto nelle sue prime fasi.

Il Covid-19 ha determinato un impatto globale che ha ridefinito, e in molti casi stravolto, modi di vivere, abitudini e pratiche sociali a tutti i livelli, delineando una nuova fisionomia della vita sociale (Lupton, 2021). Come suggeriscono Lupton & Willis (2021) sono pochissimi gli ambiti della vita quotidiana che non sono stati toccati dall'emergere della malattia, proprio per la capacità di quest'ultima di mettere a nudo gli intrecci tra persone e altri esseri viventi, luoghi, spazi, oggetti, discorsi, tempo e cultura.

Il primo elemento "di cornice" che sembra opportuno sottolineare nell'analisi del fenomeno pandemico è *la radicalizzazione di alcuni aspetti della società del rischio*, e in particolare, l'accentuata erosione dell'autorità della scienza, il crollo della fiducia nei saperi esperti e la proliferazione d'interpretazioni "alternative" di cause, effetti e delle possibili misure per contrastare la pandemia, spesso legate alla disinformazione e al negazionismo (Lovari, 2020; Lupton, 2023). Il rischio di contrarre il Covid-19, malattia dal possibile esito letale della quale almeno inizialmente si sapeva poco o nulla, ha rappresentato una minaccia cogente ed esplicita nei confronti di quella che Giddens (1994) definisce *sicurezza ontologica*, intesa come forma di fiducia "emotiva" ancor prima che razionale nei confronti della *continuità e stabilità* della propria identità personale e dell'ambiente sociale e materiale in cui l'individuo conduce la propria esistenza.

Un secondo aspetto che ha a che vedere con gli effetti della pandemia è *la ridefinizione dei rituali d'interazione* che governano l'uso dello spazio sociale (Goffman, 1983). Venuto meno il prerequisito della compresenza, della condivisione ritualizzata dello spazio e quindi la validità/applicabilità dei vocabolari di rituali performativi e di regole che governano l'interazione faccia a faccia nei diversi contesti della vita quotidiana, la pandemia non ha comportato soltanto lo spostamento di molte attività nello spazio digitale, ma ha messo in crisi lo stesso set di regole e di certezze relative all'uso "relazionale" dello spazio, in forza di cui si sarebbe determinata una situazione di *anomia interazionale* (Romania, 2020; 2022) o di *disordine relazionale* in grado di ergersi "al di sopra delle relazioni" (Lardellier, 2021) caratterizzate per l'appunto dall'incertezza sulla validità delle regole riguardanti l'uso dello spazio nelle interazioni con le persone tra la sfera pubblica e quella privata. Il Covid-19, infatti, non è che l'ultimo di una serie di eventi caratterizzati dalla capacità di provocare una radicale rottura nell'ordine sociale e nei modelli d'interazione, dando luogo a sequenze di caos (*havoc*) e di contenimento (*containment*) necessarie a prevenire ad ogni costo il collasso, la dissoluzione o l'implosione dell'ordine sociale. L'ordine pandemico emerge come risposta al caos, attribuendo allo spazio personale una nuova e diversa centralità: il distanziamento fisico diventa così isolamento sociale nella misura in cui pratiche come l'uso delle mascherine, il restare a casa, l'auto-isolamento, la quarantena e più in generale le strategie di evitamento degli spazi pubblici affollati - definiscono non solo le "nuove" regole per l'interazione (la "nuova normalità") ma anche la natura sociale dello spazio, non solo fisico ma anche digitale e dei ruoli sociali annessi (Hancock & Garner, 2021).

L'emergente concetto di "socialità pandemica" (Guzzo, 2021) produce quello che potremmo qui definire un nuovo *sé pandemico*, in cui prevalgono interazioni mediate e in cui le strategie di presentazione del sé si conformano ai diversi contesti d'interazione on line

(Bullingham & Vasconcelos, 2013) diventando proiezioni/rappresentazioni del “vero sé” che si adattano di volta in volta ai vincoli spaziali, temporali, fisici e relazionali imposti dalla pandemia.

Alcuni rituali come la convivialità, la condivisione del cibo, i gesti “fisici” usati per esprimere affetto, vicinanza, intimità, apprezzamento come le strette di mano, le pacche sulle spalle, gli abbracci (e persino la partecipazione ai funerali), vengono improvvisamente banditi dalla ribalta dello spazio pubblico e “igienizzati” per mezzo dello stigma sociale, con il conseguente declassamento di queste pratiche, sempre più confinate al retroscena delle cerchie dell’intimità, della famiglia e dunque della casa (Romania, 2022).

Un terzo aspetto, strettamente collegato al precedente, dato il venir meno della necessaria distinzione nelle regole d’interazione di cui abbiamo parlato, è *la tendenziale dissoluzione dei confini tra le due dimensioni della scena e del retroscena, del pubblico e del privato* - già anticipata processi di virtualizzazione e digitalizzazione delle relazioni sociali e, ancor prima, dai media elettronici (Meyrowitz, 1985). Le regole dell’interazione sociale tendono a deflagrare dando luogo ad effetti estremamente stranianti sulla vita quotidiana e sulla possibilità di tenere “separati” i luoghi della famiglia e del lavoro, la casa e l’ufficio, lo spazio fisico e quello digitale. In buona sostanza, è lo stesso concetto di medium ad implicare il superamento del dominio dei corpi e dello scambio fisico immediato, legato per l’appunto all’interazione faccia a faccia (Serra e Miconi, 2018). I confini e le caratteristiche delle forme d’interazione sono stati ridefiniti, restringendo alla cerchia più intima di familiari ed amici stretti le occasioni di interazione faccia a faccia a vantaggio di forme di “quasi interazione mediata” (Thompson, 1995) che hanno un carattere prevalentemente monologico, asincrono e orientato a specifici destinatari. Per le cerchie sociali più “esterne” ci si affida invece, soprattutto, a forme di “interazione mediata online” che sono tipiche degli ambienti digitali e dei social media, aperte e orientate verso una pluralità di altri distanti (Thompson, 2020). Queste due forme d’interazione si realizzano soprattutto attraverso i canali e *device* digitali, attraverso i quali è possibile un parziale recupero di forme di socialità secondaria legate alla scuola, al gruppo dei pari, al contesto lavorativo. Questo mutamento delle forme d’interazione se da un lato ha dato luogo a forme di adattamento alla “nuova normalità” si è rivelato assai problematico sotto numerosi punti di vista. Alcuni autori rilevano, ad esempio, la sofferenza di bambini e famiglie per la perdita della relazione con i compagni, la fatica dell’apprendimento in DAD, la difficoltà di conciliare scuola, lavoro e routine domestiche, ma anche la trasformazione stessa delle pratiche didattiche e di apprendimento (Colombo, Romito, Vaira, e Visentin, 2022; Mascio, Scarcelli, e D’Ariano, 2023; Santagati e Barabanti, 2020). Altri hanno messo in luce le conseguenze sul benessere mentale dei giovani (Marciano, Ostroumova, Schulz, & Camerini, 2022) oppure hanno evidenziato il consolidamento di “vecchie” disuguaglianze sociali e culturali e nuovi rischi legati all’identità digitale (Savonardo e Marino, 2021). Altri ancora, infine, hanno posto l’accento sul faticoso rimodellamento delle pratiche e delle rappresentazioni della vita quotidiana a seguito di misure di confinamento (Prati et al., 2021).

In particolare, misure come il distanziamento sociale e il lockdown hanno consolidato la contrapposizione tra *uno spazio pubblico necessariamente “rischioso” e la casa come ambiente sicuro per definizione*, in grado di proteggere gli individui e la salute pubblica,

spazi fisicamente (o meglio visivamente) connessi tra loro soltanto attraverso le finestre (Mosteanu, 2021). Ciò ha portato ad una radicale e soprattutto improvvisa ricontestualizzazione dello spazio come luogo socialmente e antropologicamente definito in termini di vicinanza e distanza da casa, proiettando le persone in una diversa e contraddittoria configurazione dell'esperienza e delle routine domestiche. Nel giro di pochi giorni la casa si è trasformata in rifugio e prigione, in cui la vita delle famiglie è stata segnata una frenetica conflazione di attività di lavoro e di svago, veglia e riposo, cura dei bambini e gestione degli spazi individuali, e dunque ad un modo completamente nuovo di interpretare la vita domestica e la vita di relazione esterna alla casa, caratterizzato da ibridazione, contraddizione e ambiguità (Lagomarsino, Coppola, Parisi, e Rania, 2020; Mingo, Panarese, e Nobile, 2020; Moretti & Maturo, 2020).

Un ultimo aspetto che certo non è da sottovalutare, ma è anzi centrale per la nostra analisi, è il ruolo giocato, durante la pandemia, dai media e, più in particolare, dalle piattaforme digitali. Se le misure di confinamento hanno senz'altro accentuato la nostra "dipendenza" dai media, costituendo, questi ultimi, uno dei luoghi elettivi per la rimediazione della paura e dell'incertezza in particolare per quanto riguarda la televisione e le sue ritualizzazioni, (Lucantoni, 2020; Polesana, 2020; Scaglioni e Sala 2020; Silverstone, 2000), non si può negare che la riorganizzazione di tempi e spazi della vita familiare e lavorativa abbia incrementato notevolmente il rapporto con le *social platforms* (Risi, Pronzato, & Di Fraia 2020).

Analizzare spazi fisici e digitali attraverso il visual storytelling

La ricerca è stata realizzata nella primavera del 2022 (dal mese di marzo al mese di maggio) e ha coinvolto un campione di studenti e studentesse dei corsi di laurea triennale in Scienze della comunicazione e Scienze dell'educazione dell'Università di Torino. Si tratta di giovani collocabili nell'ambito della cosiddetta Generazione Z, che andando oltre un uso deterministico dell'etichetta definitoria, si caratterizza come un gruppo sociale che attribuisce grande importanza all'uso dei media digitali (perché con essi è nata e cresciuta) e che si è trovata ad affrontare una situazione di inedita crisi rispetto alle generazioni precedenti (Aroldi & Colombo, 2020; Taddeo & Tirocchi, 2021; Tirino, 2022; Tirocchi, Scocco & Crespi, 2022).

La ricerca si è concentrata, in particolare, sulle seguenti domande:

Q1 In che modo il lockdown ha indotto una diversa percezione degli spazi sociali da parte dei giovani della generazione Z?

Q2 Qual è stato il ruolo svolto dalle piattaforme digitali nella ristrutturazione della vita quotidiana e delle relazioni sociali dei ragazzi e delle ragazze?

Per rispondere a questi interrogativi si è scelto di utilizzare la tecnica qualitativa del visual storytelling, che ha consentito di esprimere in modo creativo e *bottom up* il modo in cui la pandemia è stata vissuta, ricordata e rielaborata, in una sorta di racconto autoetnografico. Il visual storytelling, basato prevalentemente sull'uso e l'efficacia espressiva delle immagini, si è infatti confermato come un approccio "youth-centered" (Drew, Duncan, & Sawyer, 2010)

che ha permesso di porre al centro della scena proprio i ragazzi e le ragazze, permettendo loro di manifestare le proprie emozioni in modo relativamente libero e soprattutto molto personale, facendo leva sulle potenzialità euristiche del digital storytelling (Talarico, Bruschi, e Repetto, 2022) e del visuale (Crespi, Scocco, & Crescenti, 2022), quest'ultimo già utilizzato in altre ricerche sul fenomeno pandemico (Ciampi, 2020, 2023; Gallina e Rosso, 2021).

Al campione coinvolto (69 tra studenti e studentesse) è stato chiesto di rendere conto, attraverso un racconto visuale, di una serie di dimensioni, a partire dal modo in cui sono stati vissuti gli spazi e le relazioni sociali durante il periodo pandemico. Ai ragazzi e alle ragazze è stato chiesto di organizzare la narrazione dei vissuti della pandemia attorno alle seguenti dimensioni:

- *gli spazi individuali* (sia fisici che digitali);
- *gli spazi condivisi con i componenti della famiglia* (sia fisici che digitali, in presenza e a distanza) e *gli spazi pubblici*;
- il modo in cui sono state vissute durante la pandemia (e sono cambiate) *le relazioni sociali con tutti i componenti della famiglia e con gli amici e le amiche*;
- *l'uso delle piattaforme digitali*;
- *ieri e oggi*: cosa resta del periodo della pandemia e cosa ci si aspetta per il futuro?

Partendo da questa traccia, i partecipanti e le partecipanti hanno espresso anche le emozioni legate agli aspetti considerati, mediante l'uso di parole chiave, immagini e musica. A tal proposito, sono stati prodotti racconti visuali *user generated* della durata di al massimo due minuti, che hanno fatto ricorso a diverse forme espressive: quella prevalente si è identificata nella produzione di vere e proprie clip girate artigianalmente dai partecipanti con il proprio smartphone, in cui le immagini si alternavano a frasi o parole, scritte o pronunciate da una *voice over*, spesso con l'accompagnamento di una musica scelta come sottofondo. I video sono stati associati a uno storyboard che illustrava le diverse scene, con l'indicazione di immagini e testi. I racconti potevano contenere foto originali (scattate nel momento del lockdown, durante la pandemia o anche in un momento successivo ad essa), oppure foto e sequenze video realizzate da altri o scelte tra ciò che era disponibile in rete. I materiali sono stati assemblati mediante l'uso di programmi quali: *Filmora*, *Movavi plus* e altri software open access. Dal punto di vista estetico, è interessante notare la varietà nell'uso del linguaggio audiovisivo, con l'individuazione di diverse strategie comunicative utilizzate per esprimere quanto richiesto dalla traccia: qualcuno ha immaginato di essere un famoso pilota di Formula 1 [010, m]³, qualcun altro ha scelto di usare il linguaggio dei manga [032, m] o altri ancora hanno sfruttato le potenzialità del linguaggio cinematografico e il ritmo del montaggio [034, m].

³ Gli storytelling sono stati numerati ed è stato attribuito loro un codice identificativo: 01, 02. etc., accanto al quale è stato indicato il genere dell'intervistato/a (f: femmina; m: maschio).

Seppur in misura minore, alcuni/e ragazzi e ragazze hanno scelto di autorappresentarsi e di raccontare la propria esperienza mediante la realizzazione di file powerpoint (a volte arricchiti dall'inserimento di un audio) o di file pdf.

All'intera base dati, costituita da 69 produzioni, è stata applicata un'analisi tematica (Boyatzis, 1988) che, attraverso le diverse fasi di ricerca previste e codificate (Braun & Clarke, 2006)⁴ ha fatto emergere alcune dimensioni ricorrenti e significative.

L'analisi tematica. Lo spazio e le relazioni

Le dimensioni che sono emerse dall'analisi tematica del ricco materiale raccolto sono state sintetizzate in due assi concettuali che si sono rivelati speculari rispetto alla traccia proposta, consentendo di precisarne la consistenza e le ulteriori specificazioni. Le due linee tematiche si sono identificate con l'asse dello spazio e con quello delle relazioni. Si tratta di due dimensioni che interagiscono e si intrecciano continuamente tra loro, per cui definire lo spazio implica nello stesso momento una definizione delle relazioni che prendono corpo al suo interno.

Come è possibile evincere dalla tabella 1, il primo asse tematico ha portato all'individuazione di tre diversi tipi di spazio sociale (tenendo presente sullo sfondo, come punto di partenza, la classica distinzione, già richiamata, tra spazio pubblico e spazio privato):

- 1) lo "spazio fisico esterno"
- 2) lo "spazio fisico interno"
- 3) lo "spazio digitale".

La dimensione dello "spazio fisico esterno" fa riferimento a quegli ambienti che sono collocati "al di fuori" rispetto allo spazio domestico: la strada, il parco, il cortile, ma anche i balconi e le finestre come aree "liminali" di accesso allo spazio propriamente esterno e, in qualche modo, linea di confine.

Lo "spazio fisico interno" si identifica sostanzialmente con lo spazio della casa, attraverso l'individuazione dei diversi ambienti che la compongono, dal salotto, alla cucina, sino alla camera dei ragazzi e delle ragazze.

Lo "spazio digitale", identificabile con il web e le sue forme evolutive, dalle piattaforme ai social media, è da tempo riconosciuto, fin dall'ingresso della rete nelle nostre vite, come uno spazio sociale vero e proprio, denso di opportunità per lo sviluppo dell'identità e delle relazioni (Aroldi e Vittadini, 2013).

⁴Le diverse fasi dell'analisi tematica sono sintetizzate, da Virginia Braun & Victoria Clarke (2006), nelle seguenti azioni: 1) *Familiarizzare con i dati* 2) *Generare i codici iniziali* 3) *Individuare i temi* 4) *Revisionare i temi* 5) *Definire ed etichettare i temi* 6) *Produrre il rapporto* [traduzione degli autori/delle autrici da Tab.1, p.87].

Per quanto riguarda l'asse delle relazioni, che, come abbiamo già precisato, si intreccia inevitabilmente con la dimensione spaziale, il continuum e il punto di partenza da tenere presente è la crescente ibridazione e contaminazione tra la dimensione online e quella offline, sempre più concepite come contigue e complementari (Bocchia Artieri et al., 2017; Floridi, 2014). Nell'ambito di questo secondo nucleo sono emerse due dimensioni: la "dimensione del sé", eminentemente individuale, relativa al mondo interiore vissuto da ciascuno/a e la "dimensione delle interazioni sociali", che fa invece riferimento alle relazioni intrattenute con i parenti, gli amici e altre figure significative.

ASSE DELLE RELAZIONI	ASSE DELLO SPAZIO			
		Spazio fisico interno	Spazio fisico esterno	Spazio digitale
	Dimensione del sé: riscoperta di uno spazio interiore, attraverso la fisicità e le attività creative; riflessività	La "cameretta" come luogo unico in cui si riassume tutto «il mondo» dei ragazzi e delle ragazze	Il parco, la strada (balconi e finestre come accesso allo spazio esterno e confine)	Lo spazio dei social per la riflessione individuale
Dimensione delle interazioni sociali: amici, genitori e fratelli, nonni, insegnanti	La cucina o il salotto come spazi di condivisione	La relazione con l'altro attraverso la condivisione delle canzoni sui balconi, scambi con i vicini, giardini condominiali	Lo spazio dei social per la relazione sociale (videochiamate, aperitivi digitali, didattica a distanza,)	
Spazio televisivo: spazio di mediatizzazione e costruzione della realtà creato dalla televisione				

Tabella 1 – Formalizzazione degli spazi e delle relazioni individuati nell'ambito dell'analisi tematica degli storytelling.

Uno spazio che si è confermato come trasversale rispetto ai tre individuati è quello televisivo, poiché dai dati è emersa con forza la presenza ancora centrale della tv come dispositivo di narrazione collettiva, ambiente di mediatizzazione e mezzo di costruzione privilegiato della realtà sociale. Come emerge, infatti, anche dal Diciassettesimo Rapporto Censis sulla comunicazione (Censis, 2021), la fruizione della televisione è aumentata notevolmente nel periodo della pandemia, sia con riferimento alla tenuta dei telespettatori della tv "tradizionale" e di quella satellitare (il digitale terrestre e il satellite registrano infatti un incremento dello 0,5% rispetto al 2019), sia in conseguenza del successo della tv via internet (web tv e smart tv salgono al 41,9% di utenza: +7,4% nel biennio) e della mobile tv, che è passata dall'1,0% di spettatori nel 2007 al 33,4%.

La percezione e il vissuto degli spazi fisici

Come era prevedibile, dal materiale analizzato è emerso che durante la pandemia, la quarantena vissuta in modo "forzato" nell'ambiente domestico durante il lockdown ha condotto le ragazze e i ragazzi a rapportarsi con tutti gli spazi sociali in modo assolutamente inconsueto.

Cominciando dallo spazio domestico, la pandemia ha evidenziato la centralità della pratica abitativa come processo che non deve essere solo funzionale alle necessità

quotidiane, ma deve riflettere anche i cambiamenti della società, governati da elementi di incertezza e rischio (Colombo e Rebughini 2021; Lupton, 2023; Moretti & Maturò 2020). Sul piano personale, anche grazie all'uso delle tecnologie digitali, l'ambiente domestico è stato prima di tutto spazio di reinvenzione di sé e di sperimentazione dei propri talenti, che precedentemente venivano espressi all'esterno o non erano ancora stati scoperti (cfr. paragrafo su sé digitale).

Un secondo elemento da rilevare è *l'intreccio tra dimensione spaziale e dimensione temporale* (Douglas, 1991; Rampazi, 2014) che ha dato vita a nuove forme di "normalità quotidiana" sia nello spazio fisico che in quello digitale (Hancock & Garner, 2021; Watson, Marciano, Ostroumova, Schulz, & Camerini, 2022), il prolungamento della quarantena ha infatti portato i giovani alla ricerca di una "zonizzazione" del tempo e dello spazio (Munro & Madigan, 1999), dove trovare risorse personali per esprimere la propria condizione e vivere momenti di riflessione e intimità con se stessi, negoziando i confini spaziali con i coabitanti (per lo più familiari), che hanno rappresentato una fonte di sostegno e affetto e con i quali, attraverso attività e appuntamenti condivisi (giochi da tavola, film, cucina) si sono coltivati e rinsaldati rapporti. I familiari si sono resi protagonisti di molti racconti, sia nelle occasioni in cui i nonni sono venuti a mancare [026, f], sia quando la mamma è diventata "la mia compagna di lockdown. Ed è stato il periodo più felice del nostro rapporto".

La temporalità, d'altra parte, ha agito anche regolando la quotidianità negli spazi domestici (*routine e loop temporale*): se nei primi giorni della pandemia la vita veniva vissuta piacevolmente in maniera inedita, come un periodo di vacanza dalla scuola e dagli impegni, poi è diventata sempre più monotona, ripetitiva ed elemento di privazione che ha suscitato sentimenti di smarrimento, apatia, frustrazione e stanchezza. Tuttavia, il tempo non è stato solo costruttore di routine quotidiane, rassicuranti in un momento di forte disagio, ma anche portatore di re-invenzioni individuali e collettive (Jedlowski e Leccardi, 2003) dove, appunto, i giovani si sono comunque dimostrati in grado di scoprire le proprie risorse in *nuove normalità relazionali*, come la continua condivisione riorganizzata degli spazi domestici e il mantenimento dei contatti online. Il "tempo della relazione" è stato scandito da attività fra i coinquilini, ma anche da lezioni e appuntamenti con amici e familiari sulle diverse piattaforme digitali, in cui lo spazio della casa (della camera) ha fatto da sfondo, contribuendo a ibridare l'esperienza fisica con quella digitale, il privato con il pubblico. Per alcuni giovani, la sovrapposizione delle due sfere ha costituito una fonte di disagio e stress, poiché durante alcuni momenti, come le lezioni online, l'esposizione tramite la videocamera (del pc o dello smartphone) li ha posti nella condizione di "svelare" alcuni aspetti della loro vita privata, in particolare la propria condizione abitativa.

Lo spazio fisico interno

L'ingresso nello spazio domestico è, innanzitutto, rappresentato attraverso la raffigurazione dei rituali relativi al corpo (igienizzazione delle mani) che riflettono le caratteristiche dello spazio domestico come luogo di igiene e salute (Putnam, 1999). In questo senso,

l'abitazione si rappresenta come spazio asettico, ordinato e di rilassata socialità rispetto all'esterno, pericoloso e potenzialmente contagiante.

La dimensione dello *spazio fisico interno* viene inoltre collegata, nella maggioranza dei visual storytelling, a persone malate, sofferenti, disorientate, apatiche, ferme [immagine di 01, f; "mi sentivo pallida" 02, f], in contrapposizione allo spazio esterno che si lega a parole come "felicità" [02,f], attività fisica e socialità, svago "concerti", "installazioni artistiche" [03, f].

Il tempo trascorso nello spazio interno dell'abitazione è un tempo ripetitivo e monotono, che sembrerebbe difficile da vivere e gestire [04 f.; 014,f] in cui ci si trascina stancamente dal letto, al divano, ai social, al balcone [020, m] ma è anche tempo della relazione (del caffè, dei giochi con i nipoti, della cucina: 059, f), in cui le giornate vengono scandite da appuntamenti condivisi. Lo spazio interno della casa viene solitamente rappresentato come luogo di chiusura [012, f: *immagine di mani ammanettate con una casa in mano*) una "bolla" in cui si è imprigionati [05, f], dove avvengono anche cambiamenti a livello personale, relazionale, affettivo.

D'altro canto, però, la situazione di immobilismo legata allo spazio interno e il suo etichettamento come "prigione" o "bolla", si contrappone spesso a un'interpretazione dello spazio privato come luogo per la reinvenzione di sé attraverso la scoperta delle proprie risorse, abilità [04, f, 056,f] o mediante un percorso introspettivo in solitudine o, infine, grazie ad un aiuto psicoterapeutico [05, f].

Lo spazio interno è infatti anche quello della "cameretta", una stanza che sembra racchiudere come in un microcosmo tutte le attività [063, f], in cui ci si sente al sicuro, ma al tempo stesso "tagliata fuori dal mondo reale"[063,f]. La camera dei ragazzi e delle ragazze viene utilizzata per fare sport attraverso immagini di tappetini e accessori sportivi nelle camere da letto e nel salotto di casa [015,f; 040,f] o per trascorrere momenti di svago legati ad hobby come lettura, pittura, disegno, ascolto e creazione di musica, visione di film sia da soli che con i familiari [04,f;06, f]. Lo spazio interno, infatti, è anche quello della riscoperta delle relazioni familiari come fonte di benessere, affetto e sostegno [04,f; 010,m; 045, f] attraverso attività condivise come il gioco a carte, la preparazione dei pasti, la visione di film serale [058, f; 023f].

Questo è particolarmente importante in un momento in cui si ha la "sensazione di aver perso la capacità di rapportarsi agli altri" [012, f], ma in cui il timore di sentirsi piccoli davanti ad una crisi epidemica viene mitigato dalla consapevolezza di esser parte di un gruppo in cui tutti provano le stesse sensazioni [06,f]. In questo quadro, le relazioni esterne alla famiglia sono "ridotte a uno schermo piatto" [021, f].

Lo spazio domestico, infine, è anche quello in cui si vive il tempo scolastico come un momento non piacevole quando si deve tenere accesa la telecamera e prendere parola in un "silenzio virtuale" [048, f], un momento che viene percepito come stress [06, f] anche se all'inizio sembrava permettere maggiore libertà [025, f] in cui è difficile seguire le lezioni online.

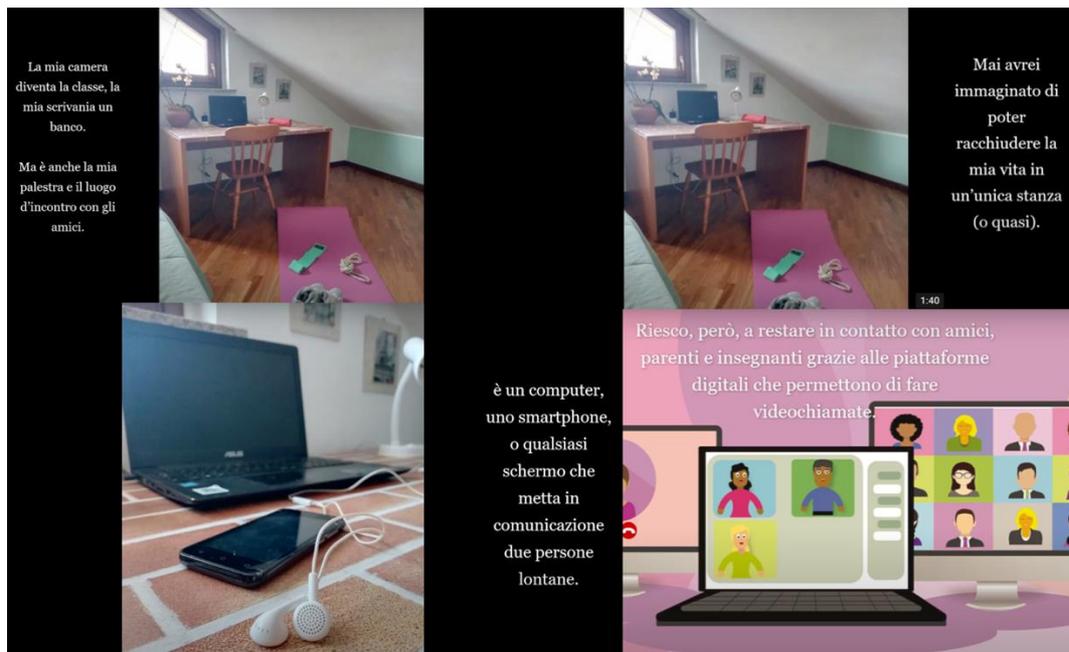


Figura 1: la cameretta come microcosmo e cabina di regia.

Lo spazio fisico “esterno”

Per quanto riguarda gli spazi “liminali”, le finestre [05, f] e i balconi (immagine ricorrente in moltissimi elaborati) si delineano come unici punti di accesso al mondo esterno, sia in solitudine che con i coabitanti, per osservare “da lontano” il luogo pubblico (per esempio la strada sotto casa) ed entrare in relazione con gli altri (vicini). In quest’ultimo caso l’uscita sul balcone non rappresenta soltanto un rito simbolico accompagnato da canti e striscioni, ma anche un momento relazionale che permette di sentirsi parte di una comunità che vive la medesima esperienza. Soltanto in un caso [020, m], la vicinanza che si cerca nel rituale del “canto dai balconi”⁵ viene percepita come una vicinanza “apparente”, che, secondo l’autore del video, verrà presto dimenticata.

Altro elemento che emerge dalle produzioni è la rappresentazione delle uscite per andare in farmacia o al supermercato, che si sono trasformate nell’“ora d’aria” [051,f] fuori dalla cosiddetta “bolla” domestica, ma in cui si percepisce spesso disagio [049, f].

⁵ Durante l'emergenza coronavirus, circa venti giorni dopo la proclamazione della zona rossa che ha costretto la maggior parte della popolazione a stare in casa, i canti dal balcone sono diventati uno strumento per sentirsi parte di una stessa comunità e per superare la paura. I canti di gruppo, a partire dall'inno di Mameli, hanno aiutato a creare nuovi spazi di condivisione e socialità. Così, sui balconi, all'immagine iconica delle lenzuola decorate con l'immagine dell'arcobaleno e con la scritta “andrà tutto bene”, si sono aggiunte le bandiere del tricolore.



Figura 2 - Il rituale delle canzoni sui balconi



Figura 3 - L'ora d'aria al supermercato

Le rappresentazioni degli spazi fisici esterni, quasi del tutto inaccessibili, si sono caratterizzate per l'espressione di una forte sensazione di malessere, in cui il controllo reciproco e l'attenzione sociale sembrano inibire una relazionalità già profondamente ridimensionata (mascherina, guanti, distanza fisica tra i corpi). In queste narrazioni la mascherina è un dispositivo che introduce una distanza nella relazione con le persone, ma che al contempo permette di rompere di tanto in tanto la "bolla" domestica. Lo spazio esterno è uno spazio che i ragazzi e le ragazze rappresentano sottolineandone l'assenza di vitalità, come luogo di perdita e soprattutto di smarrimento e disorientamento a causa della

presenza di un virus invisibile e potenzialmente letale da cui era difficile propriamente difendersi. In questo senso, lo spazio pubblico diventa spazio ad alto rischio [018, f].

Ma la rappresentazione degli spazi esterni è anche quella che vede le immagini in bianco e nero tristemente iconiche, di strade vuote [04, f] e città deserte [013, f], dove sfilano i camion dell'esercito italiano carichi di bare, tratte dalle immagini trasmesse in tv il 18 marzo 2020 [022, f].

Se, inoltre, lo spazio pubblico era, nel periodo antecedente alla quarantena, luogo di socialità e divertimento tra discoteca, concerti, shopping, sport, scuola in presenza [022, f; 013, f; 068, f; 01, f], la sua "nuova" rappresentazione pone attenzione alla valorizzazione dello spazio verde aperto. Prima della pandemia la natura, rappresentata da immagini come mare, alberi, parchi, giardini, fiori [015, f; 046, f; 040, f; 053, f; 055, f], sembra essere stata per gli studenti e le studentesse un elemento del quotidiano dato per scontato. Finito l'isolamento, i ragazzi e le ragazze hanno avuto modo di apprezzare la "normalità" e tutto ciò che ne fa parte compresa la natura. Così appaiono nei video parchi, boschi, ma persino il giardino di casa, che ha significato per coloro che lo possedevano uno spazio vitale, ricreativo e rigenerante [061, m; 064, f; 069, f].

Lo spazio digitale

Le funzioni dello spazio digitale

Numerosi storytelling rappresentano la centralità dello spazio digitale, che rivela, nei racconti, tanto le sue potenzialità, quanto le sue contraddizioni. La maggior parte delle produzioni visuali mette in evidenza gli aspetti positivi della dimensione digitale, che, in un'era di trasformazione degli ambienti mediali (Belluati e Tirocchi, 2023) vede un'estensione progressiva dell'importanza delle piattaforme (van Dijck, Poell, & de Waal, 2018).

Una prima funzione assolta dai media digitali risiede nel *mantenimento degli affetti*: "sfruttare la tecnologia per mantenere gli affetti, ma nessuna tecnologia sostituirà il mondo reale" [032, m]. I social e le piattaforme, vissuti come l'unico modo per evadere dalla chiusura, sono descritti come un "luogo meraviglioso per stare bene con noi stessi e con gli altri" [06, f] e per simulare aspetti della vita reale [018, f].

Una seconda funzione delle piattaforme è quella relativa all'intrattenimento, che vede i media digitali come *uno svago e una distrazione rispetto alle difficoltà della pandemia*. Così si cerca conforto nei social [060, f], che "distraggono dal rumore dell'ambulanza" [052, f], oppure si fa riferimento al telefono e il pc che grazie a "pochi clic" consentono di evadere dalla situazione e stare in comunicazione [011, f], o di vagare con la mente [018, f].

Una terza funzione è *legata alla cura del sé e dell'identità*. I social e le app di messaggistica servono per autoconfortarsi e definirsi come persona, in una vera e propria divisione dei compiti tra le diverse piattaforme. Whatsapp viene usato per la compagnia, Instagram per raccontare la propria vita e seguire quella di altri [033, f], sino a divenire "rifugio per tutti" [051, f].

Un quarto aspetto è *l'apprendimento dell'uso della tecnologia per svolgere diverse attività o per garantire la continuità delle attività didattiche*: “ho imparato a usare nuove piattaforme come Netflix party, Webex, Nike training [041, f].

I media digitali, come nel caso degli altri spazi, contribuiscono ad articolare la dimensione personale e quella relazionale. La prima si esprime in forme di autorappresentazione con immagini, storie e post pubblicati su ciò che viene quotidianamente vissuto. I giovani raccontano le proprie giornate pubblicando immagini di ciò che hanno cucinato, dei momenti di vita quotidiana, come la spesa “eccezionale con mascherina e guanti” al supermercato o la partecipazione a “sfide su TikTok” o a momenti di condivisione collettiva come quello rappresentato dall'utilizzando dell'hashtag #iorestoacasa.

La tenuta della dimensione relazionale viene invece garantita soprattutto da app di messaggistica come Whatsapp, dalle chat di Facebook e Instagram, oppure dall'uso di piattaforme come Skype e Googlemeet. Nonostante per alcuni giovani questi spazi siano privati della fisicità dello stare insieme e della mancanza di occasioni ricreative in presenza, la dimensione relazionale che vi viene vissuta è essenziale. I ragazzi e le ragazze reinventano in modo creativo nuove occasioni di incontro come gli “apericena online” e “lo studio insieme”, mentre a volte le relazioni vengono vissute anche come ricordi attraverso la visualizzazione di foto e immagini sul cellulare o sul computer [017, f].

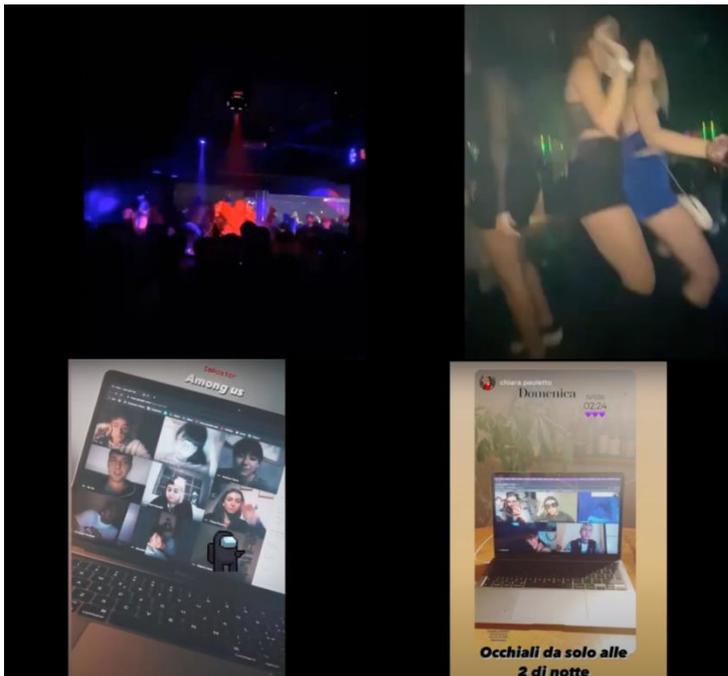


Figura 4 - Dalla socialità “face to face” alla nuova socialità “mediata” dalle piattaforme



Figura 5 – Dall’“isolamento” alla scoperta di nuove relazioni sociali

Tuttavia la dimensione online viene vissuta anche in maniera conflittuale: si percepiscono gli spazi pubblici digitali come “affollati”, dall’altro “sicuri e organizzati” [018, f]. Sembra inoltre che non tutti i partecipanti vivano i social come una modalità positiva di stare in contatto, svagarsi e autorappresentarsi, quanto la percepiscano come fonte di stress, dipendenza e disagio, per cui si parla del mantenimento delle relazioni sui social come di un “accontentarsi di stare dietro lo schermo” [060, f]. Per questo motivo alcuni/e hanno dichiarato nei loro racconti di aver ridimensionato l’uso dei social [014, f] fino alla loro completa disinstallazione [023, f]. Altri ancora hanno espresso il disagio nel sentirsi in una condizione di dipendenza [024, f] e hanno manifestato la sensazione di rigetto per le diverse piattaforme e i contatti cosiddetti “inutili” [045, f].

Il digitale come spazio per una “reinvenzione del sé”

Approfondendo alcuni aspetti legati allo spazio digitale in relazione alla dimensione del sé, possiamo osservare che i racconti prodotti dai ragazzi e dalle ragazze hanno spesso rappresentato il periodo pandemico come un momento in cui, più o meno consapevolmente e intenzionalmente, ci si è confrontati con se stessi, in maniera introspettiva e meta-riflessiva. A fronte della costrizione e della limitazione degli spazi fisici sociali, è emersa progressivamente l’idea di cercare e costruire nuove strade, nuovi accessi che potessero essere riempiti di senso e che potessero, di conseguenza, riempire l’esistenza.

Da una parte, quindi, i giovani si sono rivolti al digitale come spazio in cui “trasferire” tutto il proprio bagaglio sociale, sia quello dei cosiddetti legami deboli (Granovetter, 1998), già da tempo coltivato principalmente attraverso i social network (Haythornthwaite, 2002; Rainie & Wellman, 2012), sia quello dei legami forti (i nonni, i fidanzati, gli amici stretti), che il lockdown ha costretto a vivere a distanza. Dall’altra, *l’inevitabile contrazione degli spazi sociali e relazionali, in termini quantitativi e qualitativi, ha portato alla spinta complementare verso il potenziamento degli spazi individuali*, e all’esigenza di guardare a se stessi e al proprio mondo interiore come importante luogo di significazione esistenziale (implementazione del *sé pandemico*). La pandemia e il lockdown, quindi, si sono trasformati in un’occasione unica in cui le persone sono state sfidate a “stare”, invece che a muoversi, e un grande territorio di sperimentazione culturale in cui “l’essere da soli” potesse essere

vissuto come un'occasione, oltre che un limite, un banco di prova e un laboratorio di sperimentazione per "stare con se stessi".

Saper stare, e saper stare con se stessi sono divenuti, in poche settimane, due "soft skills" emergenti che andavano a riempire le inconsapevolezze individuali ma anche le discorsivizzazioni sociali all'interno dei dibattiti online e sui media: giornali, radio, blog, social si sono riempiti, progressivamente, di contributi che evidenziavano le potenzialità, le fatiche, i modi, gli strumenti per vivere e imparare a vivere questo spazio interiore che si spalancava, a volte angosciosamente, altre salvificamente, nel vuoto e nella monotonia delle giornate senza eventi.

Il ruolo delle tecnologie, e in particolare dei social network, diviene sempre più centrale, in questo processo, come ambiente in cui sperimentare "una nuova esperienza del sé" e praticare forme di soggettivazione mediate (Tirocchi e Serpieri, 2020), alcune rivolte comunque alla relazione e all'esposizione del sé nel confronto con gli altri (pratiche di scrittura, narrazione, dare consigli), altre più intime e personali (confessione, meditazione, ginnastica e cura del corpo).

Il digitale, quindi, diviene uno spazio in cui scavare per ricostruire, costruire o cercare un proprio significato identitario, sia in una dimensione che potremmo definire "centripeta", rivolta all'interno, attraverso la coltivazione e valorizzazione di un proprio sé conosciuto e stabilizzato, sia nella direzione "centrifuga" che porta all'esplorazione di nuovi orizzonti identitari.

Le forme di valorizzazione "centripeta" delle identità, attraverso gli spazi digitali, hanno riguardato, per esempio, l'affidarsi a personaggi e influencer che avevano il ruolo di mental e life coach e che proponevano, attraverso tecniche varie (dagli esercizi di meditazione, alla condivisione di riflessioni e esperienze sul proprio vissuto, alla proposta di sessioni di yoga etc.), di focalizzarsi sul proprio io interiore per dargli uno spazio e uno spessore tale da essere in grado di sostenere il vuoto esterno percepito. Il digitale è stato quindi vissuto come un'occasione per dare spazio a se stessi, approfondendo l'interesse verso l'introspezione attraverso il confronto e il sostegno di interazioni parasociali online.

Proprio a partire dalla pandemia, infatti, hashtag come #mentalhealth, #lifecoach, ecc assumono un ruolo sempre più centrale e si stagliano tra i trending topic della rete (Stefanelli, 2022).

La seconda direzione, quella "centrifuga", riguarda la coltivazione del sé come uno spazio di frontiera, un luogo sconosciuto in cui i ragazzi, dotati di più tempo e privati di molte delle contingenze quotidiane, hanno il lusso di viaggiare. Ecco, allora, che ci si affida all'esplorazione e al vagabondaggio in rete per cercare nuovi stimoli identitari, in grado di trasformarsi in interessi, hobby da praticare nelle lunghe giornate in casa, ma anche addirittura nuove direzioni di vita da intraprendere.

La pandemia, quindi, viene vissuta come un'occasione per sperimentare, uno spazio in cui è possibile sospendere le convenzioni sociali e reinventarsi, godendo del lusso temporaneo della sospensione delle leggi e delle regole della quotidianità.

In questo, gli strumenti del digitale e della rete costituiscono un potente ausilio e "mezzo di trasporto": già identificati, da alcuni studiosi, come ambienti di *moratorium*, che permettono di uscire dai confini identitari prestabiliti dalle convenzioni sociali, per esplorare

in maniera più libera e deresponsabilizzata il proprio io inteso come desiderio (Turkle, 1995), nel periodo pandemico il loro ruolo in questa direzione si espande e acquisisce rilevanza.

Dagli storytelling dei ragazzi, quindi, emerge la presenza del digitale come luogo dove scoprire nuovi interessi, anche molto lontani e decentrati rispetto al proprio mondo, e come ambiente in cui questa esplorazione diviene una pratica concreta per la trasformazione della propria traiettoria identitaria: alcuni, così, si sono aperti a nuove esperienze formative online, come corsi di cucina, lingue straniere, management, altri hanno utilizzato la rete per vagabondare in cerca di stimoli per il proprio orientamento allo studio e al lavoro, altri ancora hanno osato dare spazio a passioni per cui pensavano di non essere all'altezza, come il canto, la danza, la scrittura o il disegno.

Centrale, in questo panorama, è stato, ancora una volta, il ruolo degli influencer: youtubers, instagrammers e gli emergenti tiktokers si sono proposti come accompagnatori digitali giornalieri e come veicoli informali di apprendimento (Taddeo & Diaferia, 2022) che hanno saputo, attraverso format brevi e caratterizzati da leggerezza e ironia, costruire un canale di relazione e auto-formazione continuativa con i giovani.

È necessario evidenziare come non sempre lo spazio digitale, con i suoi strumenti e i suoi attori, sia riuscito a colmare i vuoti o a supportare con successo i ragazzi nell'affrontare il periodo: moltissime sono le testimonianze che hanno, al centro del proprio storytelling, i temi della paura, dell'angoscia, dell'ansia, e legano queste sensazioni alla solitudine e all'isolamento fisico. Lo stare soli ha costituito, per i ragazzi, una sfida enorme che non sempre si è tradotta in risposte "resilienti" in grado di reagire rapidamente e costruttivamente alla situazione. In molti casi, questo confronto forzato con il proprio spazio interiore non ha portato a risposte positive, ma si è tradotto nell'emersione di malesseri, disturbi alimentari, fatiche psicologiche che hanno comportato, secondo alcuni racconti, l'apertura di una grande crisi. Se, quindi, alcuni hanno risposto utilizzando lo spazio digitale per l'esplorazione e la coltivazione del sé, altri parlano della possibilità del suo superamento solo con il ritorno al mondo "normale", con i suoi spazi e tempi. Altri ancora sottolineano il bisogno di intraprendere percorsi guidati e specialistici, con il supporto di terapeuti.

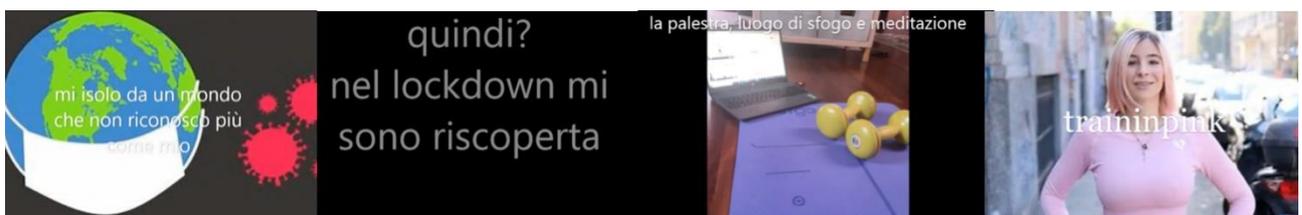


Figura 6 - La funzione "centripeta" del digitale: introspezione e cura del sé.



Figura 7 - La funzione "centrifuga" del digitale: il cambiamento e l'apertura verso nuovi interessi

Lo spazio televisivo

L'analisi degli storytelling prodotti dai giovani coinvolti fa emergere, forse con qualche sorpresa, la rilevanza della dimensione mediale tradizionale rappresentata dal mezzo televisivo. La televisione si configura, nei racconti visuali, come il principale medium che scandisce la quotidianità condivisa nello spazio domestico e che offre, in una logica di servizio, la possibilità di informarsi sulla diffusione del Covid 19 [058, f.; 042, m; 022, f; 020, m; 09, f; 07, f]. Certamente si tratta di una prospettiva in cui in generale i consumi televisivi si sono moltiplicati (sia per quanto riguarda il mezzo tradizionale, sia nella sua versione *streaming* oppure *on demand*) e i contenuti sono si sono orientati soprattutto su temi relativi alla pandemia (Túñez-López, Vaz-Álvarez, & Fieiras-Ceide, 2020). Inoltre, come osservano gli autori, "la copertura informativa si è espansa, sono stati programmati slot speciali in prima serata e sono state aperte finestre per trasmettere informazioni ufficiali, dichiarazioni del governo e conferenze stampa" (Túñez-López, Vaz-Álvarez, & Fieiras-Ceide, 2020, pp. 11-12). In questo contesto, è stato offerto ampio risalto alle figure esperte. Del resto i canali televisivi di informazione sono stati la fonte più utilizzata di informazioni su Covid-19 e la seconda fonte più affidabile dopo gli aggiornamenti provenienti dai governi. In particolare, come emerge dalle ricerche svolte nel contesto europeo, tedeschi e italiani sono coloro che si affidano maggiormente ai notiziari televisivi (Speck, 2020).

Così, pur all'interno di un ecosistema che è ormai caratterizzato dal protagonismo del digitale, il mezzo televisivo è riuscito a dare coerenza al "racconto" della pandemia, grazie alla sua trasversalità e alla sua capacità di intercettare pubblici di differenti età e di diversa estrazione socioculturale. La sua capacità si è rivelata inoltre quella di restituire un senso di quotidianità e di appartenenza a una più ampia comunità, fosse essa di carattere nazionale o a livello globale.

A supporto di quanto detto sinora, i principali appuntamenti che ricorrono nei racconti dei ragazzi e delle ragazze passano attraverso appuntamenti classici della televisione generalista: il telegiornale, attraverso le numerose sequenze (sovrarappresentata è quella del Tg5) che propongono il momento in cui viene annunciato lo scoppio della pandemia a Wuhan; la citazione continua del bollettino quotidiano che diventa quasi evento mediale (Dayan & Katz, 1995) in quanto momento pubblico condiviso nell'ambiente domestico; i discorsi del Presidente del Consiglio Conte, quando lancia, in un annuncio straordinario, la campagna “#lorestoacasa”.



Figura 8 - Il discorso del premier Conte sul decreto “lo resto a casa”

Riflessioni conclusive. La pandemia come esperienza di apprendimento

L'analisi delle auto-narrazioni realizzate dai ragazzi e dalle ragazze ha fatto emergere numerosi elementi che consentono di fornire alcune linee per delineare le caratteristiche del rapporto con gli spazi sociali che si è instaurato durante, e di conseguenza, dopo lo “shockdown” (Boccia Artieri e Farci, 2021) provocato dalla pandemia.

Dall'elaborazione dei dati sono infatti emersi in primo luogo l'articolazione degli spazi (fisici e digitali, domestici e pubblici) e la riorganizzazione delle relazioni sociali che ne è conseguita: dalle relazioni con il sé, a quelle con la famiglia e con gli amici/le amiche.

Ad emergere per prima è stata certamente la sensazione di disagio e crisi vissuta dai ragazzi e dalle ragazze, che però si è tradotta immediatamente in una straordinaria capacità di adattamento e nella possibilità di sfruttare al meglio quella che è stata poi percepita come un'opportunità. A tal proposito, i ragazzi e le ragazze hanno maturato competenze che possiamo far rientrare sia nelle cosiddette competenze emotive e *soft skills*, sia in quelle che sono state definite competenze transmediali (Scolari, 2018) sia rispetto alla gestione del sé attraverso i media digitali (*individual management*), sia con riguardo alla gestione delle relazioni sociali (*social management*).

In questo senso, il ruolo dei media si è rivelato fondamentale almeno a due livelli: in primo luogo è stato importante per consentire di attribuire un senso condiviso alla realtà nel momento della crisi, per cercare di interpretarla e per agire all'interno di essa in modo adeguato; in un secondo senso, i media hanno offerto la chance per nuove forme di

produzione della soggettività e di produzione del capitale sociale e per riacquistare il senso della propria individualità, pur all'interno di una routine che è apparsa all'inizio come uno spazio di costrizione, in cui gli spazi fisici diventano il centro da cui prendono vita anche gli spazi e le relazioni "virtuali".

Anche se alcuni storytelling visuali hanno proposto un racconto abbastanza tradizionale e forse un po' stereotipato della pandemia, in cui la linea narrativa era *normalità-rottura della normalità-ritorno alla normalità*, dalle produzioni *user generated* si evincono le caratteristiche dell'unicità dell'esperienza vissuta dai ragazzi, che si mostrano consapevoli della grande sfida che hanno dovuto affrontare e che li porterà a cambiare nel futuro: "per quanto la trasformazione degli spazi ci costringa a una trasformazione sociale, noi riusciremo sempre a inventare nuovi spazi e nuove forme di relazione" [038, f]. I video parlano infatti anche della possibilità di costruire nuove relazioni sociali basate sulla condivisione a distanza [020, m] o individuare nuovi strumenti per ricreare il contatto sociale "dalla discoteca all'incontro in piattaforma" [031, m].

Anche il modo di gestire le relazioni sociali esce completamente trasformata da questa esperienza: "lo stop forzato ha creato una nuova capacità: quella di vedere il mondo sotto occhi nuovi e vivere in maniera differente alcuni aspetti fondamentali come la socialità" [028, m]. Il cambiamento, infine, viene percepito come "qualcosa che non sarà più ma che potrà essere ancora meglio" [24,f].

La fine della pandemia viene descritta come "il senso del tornare a vivere, per davvero".

Se, dunque, non possiamo attribuire al digitale il ruolo di aver costruito una dimensione alternativa e permanente per il confronto e l'esplorazione esistenziale, è possibile affermare che esso è stato utilizzato, da molti giovani, come uno spazio di sperimentazione, che ha aperto a nuove pratiche identitarie in termini non solo di informazione e intrattenimento, di auto-formazione, auto-riflessione, ricerca e cura del sé.

Un risultato della ricerca è dunque anche il profilarsi di un "sé pandemico" che si configura come un sé che trasforma la pandemia in occasione per migliorare e per migliorarsi, cercando un equilibrio fra fisico e digitale e una difficile sintesi tra il tempo dello svago e della vita e quello scolastico e lavorativo, per rifondare anche un nuovo senso dell'"abitare la realtà" con una nuova e più profonda consapevolezza.

Note biografiche

Simona Tirocchi è professoressa associata presso il Dipartimento Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università di Torino, dove insegna Sociologia dei media digitali, Sociologia dell'educazione e Sociologia della famiglia e delle differenze di genere. I suoi interessi di ricerca si concentrano sulla Digital literacy, sul rapporto tra giovani e media, sino al cyberbullismo e alle rappresentazioni sociali di genere. Tra le più recenti pubblicazioni: *Sociologia della comunicazione e degli ambienti mediali* (con M. Belluati), Pearson, Milano 2023.

Andrea Cerase è ricercatore a tempo determinato presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Sociologia della Comunicazione e Comunicazione Umanitaria, del Rischio e dell'Emergenza. Svolge attività

di ricerca sulla comunicazione e gli impatti sociali del rischio, sulla rappresentazione mediale dei migranti e sui fenomeni di discriminazione, esclusione sociale e razzismo. Tra le più recenti pubblicazioni: “Something Still Remains: Factors Affecting Tsunami Risk Perception on the Coasts Hit by the Reggio Calabria-Messina 1908 Event (Italy)”, (con Cugliari L.), *Sustainability* (2023); “Solidarietà criminale. Il ruolo dei media nella delegittimazione delle ONG su Twitter (con Lucchesi D.), *Problemi dell'informazione* (2022) e la monografia “Rischio e comunicazione. Teorie, modelli e problemi” (Egea, Milano, 2017).

Martina Crescenti è assegnista di ricerca in *Sociologia dei processi culturali e comunicativi* presso il Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università di Torino. Si occupa del fenomeno migratorio italiano, di identità culturale e religiosa delle seconde generazioni, di processi educativi e pratiche socializzative digitali, di metodologia visuale. Tra le sue più recenti pubblicazioni: “Education and Islamic Identity in Contemporary Society. From Quranic Precepts to everyday Forms of Living”, *Journal of Mediterranean Knowledge* (2023); “Visual Methods and Migration: Methodological Advantages using Documentary in the Field” (con Crespi I., Scocco M.), *Visual Studies* (2021); Giovani musulmani italiani: appartenenza religiosa, socializzazione e agenzie socializzative, *Culture e Studi del sociale* (2021).

Gabriella Taddeo è ricercatrice di Sociologia dei Processi Culturali presso il Dipartimento di Studi Umanistici, Università di Torino, e insegna Teorie e Tecniche dei Media Digitali e Sociologia della Comunicazione a Scienze della Comunicazione. Si interessa di pratiche partecipative online, culture giovanili e approcci informali e transmediali alla cultura. Ha recentemente scritto, in merito, il libro *Persuasione Digitale. Come persone, interfacce, algoritmi ci influenzano online*, Guerini, Milano 2023.

NOTA:

L'articolo è stato progettato, discusso e scritto congiuntamente dai/dalle quattro autori/autrici. In particolare, Simona Tirocchi è responsabile dei paragrafi: Analizzare spazi fisici e digitali attraverso il visual storytelling, “L'analisi tematica: lo spazio e le relazioni”, “Le funzioni dello spazio digitale” (con Martina Crescenti) “Lo spazio televisivo”; Martina Crescenti è responsabile dei paragrafi: “La percezione e il vissuto degli spazi fisici”, “Le funzioni dello spazio digitale” (con Simona Tirocchi); Andrea Cerase è responsabile del paragrafo: “Gli effetti sociali della pandemia”; Gabriella Taddeo è responsabile del paragrafo: “Il digitale come spazio per una “reinvenzione del sé”.

I paragrafi “Introduzione” e “Riflessioni conclusive” sono stati scritti congiuntamente da tutti/e e quattro gli/le autori/autrici.

Bibliografia

- Aroldi, P., e Vittadini, N. (2013). La rete come spazio sociale. Indicazioni dagli studi su adolescenti e social media. In E. Scabini & G. Rossi (a cura di). *Famiglia e nuovi media* (pp. 37-53). Milano: Vita e Pensiero.
- Aroldi, P., & Colombo, F. (2020). Media, generations, and the platform society. In Q. Gao & J. Zhou (Eds.), *Human aspects of IT for the aged population. Healthy and active aging*.
- Belluati, M., e Tirocchi, S. (2023). *Sociologia della comunicazione e degli ambienti mediali*. Milano: Pearson.
- Bignardi, P., e Didonè, S. (a cura di). (2021). *Niente sarà più come prima. Giovani, pandemia e senso della vita*. Milano: Vita e Pensiero.
- Boccia Artieri, G., e Farci, M. (a cura di) (2021). *Shockdown: Media, cultura, comunicazione e ricerca nella pandemia*. Milano: Mimesis.
- Boccia Artieri, G., Gemini, L., Pasquali, F., Carlo, S., Farci, M., e Pedroni, M. (2017). *Fenomenologia dei social network: presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online*. Milano: Guerini.
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*. London: Sage.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Bullingham, L., & Vasconcelos, A. C. (2013). 'The presentation of self in the online world': Goffman and the study of online identities. *Journal of information science*, 39(1), 101-112.
- Censis. (2021). *I media dopo la pandemia. Diciassettesimo Rapporto sulla comunicazione*. Milano: FrancoAngeli.
- Ciampi, M. (2020). Profili sociali e immagini dell'emergenza sanitaria. *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione*, 2, 1-30. doi:10.32049/RTSA.2020.2.09
- Ciampi, M. (2023). The Pandemic Emergency in the Documentary Narrative. A research experience in Rome. In C. Attard (ed.). *Contagion And Visual Culture In The Central Mediterranean. A multidisciplinary collection of essays* (pp. 5-21). Malta: Midsea Books.
- Colombo, E., e Rebughini, P. (2021). *Acrobati del presente. La vita quotidiana alla prova del lockdown*. Roma: Carocci.
- Colombo, M., Romito, M., Vaira, M., & Visentin, M. (eds.). (2022). *Education & Emergency in Italy. How the education system reacted to the first-wave of Covid-19*. Leiden: Brill Academic Publishers.
- Crespi, I., Scocco, M., & Crescenti, M. (2022). Visual methods and migration: methodological advantages using documentary in the field. *Visual Studies*, 37(4), 324-336. doi: [10.1080/1472586X.2021.1951621](https://doi.org/10.1080/1472586X.2021.1951621)

- Dayan, D., & Katz, E. (1995). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Douglas, M. (1991). The Idea of Home: A Kind of Space. *Social Research*, 58(1), 287-307.
- Drew, S. E., Duncan, R. E., & Sawyer, S. M. (2010). Visual Storytelling: A Beneficial But Challenging Method for Health Research With Young People. *Qualitative Health Research*, 20(12), 1677-1688. doi:10.1177/1049732310377455
- Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Gallina, A., e Rosso, V. (2021). *Oltre la pandemia. Progetti e risorse per l'inclusione scolastica e sociale*. Milano: FrancoAngeli.
- Giddens, A. (1994). *Le conseguenze della modernità*. Bologna: Il Mulino.
- Goffman, E. (1983). The Interaction Order: American Sociological Association. *Presidential Address. American Sociological Review*, 48(1), 1-17.
- Granovetter, M. (1998). *La forza dei legami deboli e altri saggi*. Napoli: Liguori.
- Guzzo, P. P. (2021). *Sociologie e sociologi nella pandemia: teoria, analisi e confronti nel Servizio Sanitario nazionale*. Faenza: Homeless Book.
- Hancock, B. H., & Garner, R. (2021). Erving Goffman and "The New Normal": Havoc and containment in the pandemic era. *The American Sociologist*, 52(3), 548-578.
- Haythornthwaite, C. (2002). Strong, weak, and latent ties and the impact of new media. *The information society*, 18(5), 385-401.
- Jedlowski, P., e Leccardi, C. (2003). *Sociologia della vita quotidiana*. Bologna: Il Mulino.
- Lagomarsino, F., Coppola, I., Parisi, R., & Rania, N. (2020). Care tasks and new routines for Italian families during the COVID-19 pandemic: Perspectives from women. *Italian Sociological Review*, 10(3S), 847-868. doi:[10.13136/isr.v10i3S.401](https://doi.org/10.13136/isr.v10i3S.401)
- Lardellier, P. (2021). Le Covid-19 à la lumière d'Erving Goffman. La distanciation, ou de la clôture relationnelle. *Across*, 4(1), 1-7.
- Lombardo, C., e Mauceri, S. (2020). *La società catastrofica*. Milano: FrancoAngeli.
- Lovari, A. (2020). Spreading (dis)trust: Covid-19 misinformation and government intervention in Italy. *Media and Communication*, 8(2), 458-461.
- Lucantoni, D. (2020). Covid-19 e comunicazione istituzionale e mediatica. *Prisma: economia, società, lavoro*, 1, 43-58.
- Lupton, D. (2021). Contextualising COVID-19: Sociocultural perspectives on contagion. In D. Lupton & K. Willis (eds.), *The COVID-19 Crisis* (pp. 14-24). London: Routledge.
- Lupton, D. (2023-in press). *Risk* (3rd edition). London: Routledge.
- Lupton, D., & Willis, K. (2021). COVID society: Introduction to the book. In D. Lupton & K. Willis (eds.), *The COVID-19 Crisis* (pp. 3-13). London: Routledge.
- Marciano, L., Ostroumova, M., Schulz, P. J., & Camerini, A. L. (2022). Digital media use and adolescents' mental health during the COVID-19 pandemic: a systematic review and meta-analysis. *Frontiers in public health*, 9. doi: 10.3389/fpubh.2021.793868.
- Mascio, A., Scarcelli, M., e D'Ariano, M. (2023). Fra i banchi di... casa. Il punto di vista dei giovani sulla didattica a distanza nei giorni del lockdown. *Media education*, 1-16. doi:[10.36253/me-13877](https://doi.org/10.36253/me-13877)

- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Mingo, I., Panarese, P., e Nobile, S. (2020). Io resto a casa: i mutamenti negli stili di vita e nelle relazioni familiari. In C. Lombardo & S. Mauceri (a cura di), *La società catastrofica* (pp. 58-76). Milano: FrancoAngeli.
- Moretti, V., & Maturo, A. (2020). 'Unhome' sweet home: The construction of new normalities in Italy during COVID-19. In D. Lupton & K. Willis (eds.), *The COVID-19 Crisis* (pp. 90-102). London: Routledge.
- Mosteanu, O. (2021). City flows during pandemics: Zooming in on windows. In D. Lupton & K. Willis (eds.), *The COVID-19 Crisis* (pp. 53-66). London: Routledge.
- Munro, M., & Madigan, R. (1999). Negotiating Space in the Family Home. In I. Cieraad (ed.), *At Home: An Anthropology of Domestic Space* (pp. 107-117). New York: Syracuse University Press.
- Polesana, M. A. (2020). La crisi creativa della pubblicità contagiata dal covid. *Filosofi (e) Semiotiche*, 7(1), 154-163.
- Prati, G., Tzankova, I., Barbieri, I., Guarino, A., Compare, C., Albanesi, C., & Cicognani, E. (2021). People's understanding of the COVID-19 pandemic: Social representations of SARS-CoV-2 virus in Italy. *Health, Risk & Society*, 23(7-8), 304-320.
- Putnam, T. (1999). Postmodern Home Life. In I. Cieraad (ed.), *At Home. An Anthropology of Domestic Space* (pp. 144-152). New York: Syracuse University Press.
- Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge: Mit. Press.
- Rampazi, M. (2014). *Un posto da abitare*. Milano: LED.
- Risi, E., Pronzato, R., & Di Fraia, G. (2020). Living and working confined at home: Boundaries and platforms during the lockdown. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 5(2), 1-4.
- Romania, V. (2020). Interactional anomie? Imaging social distance after COVID-19: a Goffmanian perspective. *Sociologica*, 14(1), 51-66.
- Romania, V. (2022). COVID-19 and Transformations of the Interaction Order: Erosion, patternization, and de-ritualization of social interactions. In J. M. Ryan (ed.), *Covid-19: Cultural Change and Institutional Adaptations* (pp. 45-57). London: Routledge.
- Santagati, M., e Barabanti, P. (2020). Connessi? Alunni, genitori e insegnanti di fronte all'emergenza Covid-19. *Media Education*, 11(2), 109-125.
- Savonardo, L., e Marino, R. (2021). *Adolescenti always on: Social media, web reputation e rischi online*. Milano: FrancoAngeli.
- Sala, M., Scaglioni, M. (a cura di). (2020). *L'altro virus. Comunicazione e disinformazione al tempo del Covid-19*, Milano: Vita e Pensiero.
- Scolari, C. A. (ed.) (2018). *Teens, Media and collaborative cultures. Exploiting teens' transmedia skills in the classroom*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Serra, M., e Miconi, A. (2018). Di che cosa parliamo quando parliamo di medium? Una via empirica alla definizione operativa del concetto. *Studi culturali*, 15(1), 3-20.
- Silverstone, R. (2000). *Televisione e vita quotidiana*. Bologna: Il Mulino.

- Speck, D. (2020). *Market insights. Trust in media 2020*. Geneva: EBU. Available at: https://www.ebu.ch/publications/research/login_only/report/trust-in-media
- Stefanelli, B. (2022). Stare bene con sé stessi: la lezione della cura che viene dalla pandemia (e dai più giovani). *Corriere della Sera*. Preso da www.corriere.it
- Taddeo, G., & Diaferia, J. (2022). El rol educativo de los instagrammers: algunas reflexiones a partir de una investigación empírica. In I. Aguaded, A. Vizcaíno-Verdú, Á. Hernando-Gómez, & M. Bonilla-del-Río (eds.), *Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje* (pp.1-8). Huelva: Grupo Comunicar.
- Taddeo, G., & Tirocchi, S. (2021). Transmedia teens: the creative transmedia skills of Italian students. *Information, Communication & Society*, 24(2), 241-257.
- Talarico, M., Bruschi, B., e Repetto, M. (2022). Il digital storytelling con gli studenti delle scuole superiori nel progetto SILVER. *Formazione & insegnamento*, 20(3), 326-342.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, J. B. (2020). Mediated interaction in the digital age. *Theory, Culture & Society*, 37(1), 3-28.
- Tirino M. (2022), Post-Millennials. Elements for the sociological study of a generation, *Sociologia Italiana*, 19, 15-36.
- Tirocchi, S., Scocco, M., & Crespi, I. (2022). Generation Z and cyberviolence: between digital platforms use and risk awareness. *International Review of Sociology*, 32(1), 1-20.
- Tirocchi, S., e Serpieri, R. (2020). Piattaforme, adolescenti e forme di soggettivazione. Una lettura foucaultiana del progetto Transmedia Literacy. *Mediascapes Journal*, (16), 208-222.
- Túñez-López, M., Vaz-Álvarez, M., Fieiras-Ceide, C. (2020). Covid-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe. *Profesional de la información*, 29(5), e290518. Available at: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18>
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York: Oxford University Press.
- Watson, A., Lupton, D., & Micheal, M. (2021). Enacting intimacy and sociality at a distance in the COVID-19 crisis: the sociomaterialities of home-based communication technologies. *Media international Australia*, 178 (1), 136-150.