

FABIO POLLICE – PATRIZIA MIGGIANO

DALL'ITALIA DEI BARCONI ALL'ITALIA DEI BALCONI.  
L'IDENTITÀ NAZIONALE AI TEMPI DEL COVID-19

*Introduzione. Considerazioni sull'identità come processo e relazione.* – Il tema dell'identità tende sovente a portare la riflessione scientifica su un terreno scivoloso e pieno di insidie sia perché è spesso oggetto di strumentalizzazione politica, sia per la sua intrinseca natura polisemica: già Bauman ammetteva l'impossibilità di pervenire a una visione dell'identità come problema «unico», configurandolo piuttosto come un «grappolo di problemi» (Bauman, 2003, p. 7), un «rompicapo» (ibidem, p. 15), che apre discussioni necessariamente transdisciplinari e scenari in costante mutamento. Un concetto fluido capace di assumere configurazioni diverse e profondamente mutevoli, ma che proprio con riferimento alla territorialità assume una dimensione strutturante (Pollice, 2005) che lo impone alla riflessione geografica.

D'altronde, l'orientamento maturato dalle scienze umane e sociali negli ultimi vent'anni è quello di una lettura del problema attenta soprattutto ai suoi aspetti dialettici e relazionali. Questo, come sappiamo, significa guardare all'identità dalla prospettiva post-strutturalista e, dunque, configurarla come un processo – o, meglio, come un insieme di processi – di costruzione e ri-costruzione di una narrazione influenzata necessariamente da relazioni endogene, esogene, da fattori e da fatti sociali, economici, politici e, più in generale, culturali. Per questo, con riferimento all'identità, ci appare più opportuno parlare di “narrazione”<sup>1</sup>, piuttosto che di “definizione”, proprio per il suo carattere di racconto che si dipana nel tempo; che assorbe, integra o, al contrario, rifiuta le possibili implicazioni sorte dai fatti e che, quindi, in qualche modo sceglie cosa raccontare e come farsi raccontare e rappresentare, confermando così la sua

---

<sup>1</sup> Non a caso Turco (2003), vede nell'identità territoriale una «impresa narrativa» capace di incidere sui processi di territorializzazione. A tal proposito, l'esperienza del *Placemaking* (Pollice, 2017) mostra il ruolo che la narrazione assume nella costruzione identitaria del luogo.

natura riflessiva, composita e orientata (Remotti, 1996; Pollice, 2005).

Difatti, sarebbe quantomeno illusorio pensare all'identità come a un nucleo fisso di caratteristiche, proprietà, simboli e presumerlo immutabile nel tempo e indifferente agli eventi e alle contingenze del reale: «l'appartenenza e l'identità non sono scolpite nella roccia, non sono assicurate da una garanzia a vita. [Esse] sono in larga misura negoziabili e revocabili».

Anche Ricœur (1990) contrappone il concetto di *ipséité* (da *ipse*) – il quale ammette diverse modalità di espressione della nostra identità nel tempo, un'identità, diremmo dunque, non identica a se stessa – a un'identità concepita come *mémeté* (da *même*) e, dunque, come nucleo permanente che si oppone al diverso, al mutevole, al variabile. Il rischio, in questo caso, è rappresentato dalle possibili derive concettuali che Levi-Strauss ben descrive, quando parla dell'ossessione dell'identico e dell'uguale a se stesso (Levi-Strauss, 1980). Una siffatta concezione del problema identitario, infatti, trascura dichiaratamente, da un lato, il carattere relazionale dei processi che dialetticamente e reciprocamente concorrono a determinare la narrazione del soggetto, individuo o collettività; dall'altro, i fatti che intervengono e agiscono su queste narrazioni, che le confermano o che, al contrario, le sottopongono a stress, costringendo il soggetto a riorganizzarsi intorno a nuove narrazioni e, conseguentemente, a scoprire di sé risorse e caratteri che andranno a integrare o ripensare le precedenti.

Questo mette in evidenza la portata empirica di questa forma di autoconoscenza, che ci consente di raccontarci per quello che “finora” abbiamo esperito di noi stessi, per le reazioni emotive e comportamentali che riconosciamo come attitudini perché osservate in modo ripetuto e dominante nel corso del tempo: va da sé che, un evento inedito, imprevisto e per certi tratti imprevedibile, com'è l'emergenza da Covid-19, rappresenta un osservatorio importante per leggere i processi o, sotto taluni aspetti, le strategie di ri-costruzione delle narrazioni identitarie di un soggetto territoriale come la nazione.

Ed è proprio questa la prospettiva che vogliamo qui adottare per l'esplorazione dei mutamenti intervenuti nelle narrazioni e nei processi di ri-costruzione e riorganizzazione identitaria nel nostro Paese, in questo particolare momento storico.

L'indagine prende in esame i discorsi mediatici (Foucault, 1972) “de-

gli” e “sugli” italiani dalla fine di gennaio alla fine di aprile 2020 e si avvale degli strumenti teorici e interpretativi messi a disposizione dal campo di studi denominato *Media Geography* (Zimmermann, 2007; dell’Agnese, 2009, 2011; Amato, dell’Agnese, 2015). Ci baseremo, quindi, sull’osservazione empirica dei contenuti mediatici e delle aggregazioni di significati semantici e visuali (Schwartz, 2008; Rose, 2011; Bignante, 2011), ai quali applicheremo delle possibili chiavi di lettura e di interpretazione di derivazione post-strutturalista.

Com’è ovvio, si tratta di uno studio che non può ritenersi compiuto poiché il fenomeno studiato è ancora in atto e, dunque, non consente una distanza prospettica adeguata alla formulazione di conclusioni esauritive e soddisfacenti. Cercheremo, piuttosto, di tracciare delle possibili traiettorie di lettura, ragionando sulle informazioni e sui dati rilevati, e di individuare una prima “cronologia del Noi”, intesa come prima ricognizione, temporalmente determinata, della narrazione collettiva del nostro Paese, ad opera del media *mainstream*.

Nel nostro ragionamento si evidenzierà lo stretto legame che intercorre tra politica e narrazione identitaria e quanto la prima, attraverso i media, tenda a costruire immagini che attivano ed orientano la narrazione collettiva, confermando quanto già rilevato in passato, ossia che «la mobilitazione in chiave ideologica dell’identità riguarda proprio le immagini dell’identità più che l’identità stessa» (Pollice, 2005).

Non sfugge tuttavia che, nel dipanarsi delle vicende che costituiscono l’orizzonte temporale della nostra analisi, assumano pregnanza esplicativa anche le contrapposizioni tra locale e globale, così da proporre anche altre chiavi di lettura che ci auguriamo possano sviluppare altre riflessioni.

*Le narrazioni identitarie del Noi.* – Va rilevato preliminarmente che, date le caratteristiche e le aggregazioni di significati presenti nelle diverse narrazioni mediatiche nel periodo preso in esame, è parso opportuno suddividere il discorso in tre sub-discorsi identitari, composti da soggetto (gli italiani) e parti terze, il cui avvicinarsi disegna una polarizzazione di soggettività degna di attenzione, che tanto racconta sulle dinamiche che sottendono i processi di ri-costruzione identitaria del nostro Paese. Parleremo, dunque, di “Noi e Loro” per la fase pre-Covid-19, “Noi” per la fase acuta dell’emergenza (dal giorno 9 di marzo 2020, con l’estensione della zona rossa a tutto il territorio nazionale, fino agli inizi di aprile cir-

ca), “Noi e noi” per il restante, ultimo periodo. In questo modo, intendiamo altresì rappresentare dialetticamente la significativa emersione di variazioni scalari intervenute nei discorsi identitari mediatici: dalla scala globale a quella nazionale, fino alla definizione di *cluster* e *sotto-cluster* regionali, sociali, culturali.

*Noi e Loro.* – La prima fase, che fissiamo al periodo precedente il dilagare dell'emergenza Covid-19, vede gli italiani (*us*) coinvolti in un discorso identitario in cui l'altra parte (*them*) è rappresentata dagli immigrati. Sia che si tratti di discorsi a salvaguardia dell'integrità nazionale, sia che si tratti di discorsi favorevoli all'integrazione, l'interlocutore di riferimento è rappresentato dall'immigrato, che con la sua sola presenza racconta l'alterità e costringe a un ripensamento della nostra identità (Remotti, 2010).

È l'Italia dei barconi: i media portano avanti una significativa sovraesposizione del fenomeno, tanto da indurne una sovra-rappresentazione.

L'atteggiamento di ostilità diffusa è sicuramente influenzato dalla rappresentazione sensazionalistica ed egemonica dei media *mainstream* che, trattando l'immigrazione come un'emergenza infinita e indefinita, amplificano la percezione quantitativa del fenomeno (Rinella, 2019, p. 13).

Com'era prevedibile la sovraesposizione mediatica del fenomeno, unita alla disinformazione e alla cospicua mole di *fake-news* che imperversa nei canali *social* e nelle applicazioni di messaggistica personale, ha condotto il fenomeno in cima all'*agenda setting* del nostro Paese, facendo sì che, di riflesso, la questione fosse avvertita, da una buona parte dei cittadini, come emergenziale e cruciale per le sorti della vita sociale nazionale e per le questioni più spinose legate all'economia e al lavoro. Questo ha inevitabilmente destato la questione identitaria nazionale, in termini di salvaguardia del “Noi”, non fosse altro che per i contenuti e le scelte semiotiche e visuali mediatiche che contribuivano ad una significativa impennata della “notiziabilità” del fatto:

La ridondanza delle immagini degli approdi sulle coste europee, riguardanti il solo atto omologante della “fine” del viaggio, presentato come una “invasione”, ceda al pubblico italiano sia i tanti, pe-

nosi “prima” vissuti dai migranti [...] sia i drammatici “durante”.

E, difatti, numerosi rapporti e indagini sulla percezione del fenomeno da parte degli italiani confermano un importante *gap* tra il dato oggettivo e il dato percepito<sup>2</sup>.

La rappresentazione del fenomeno ha, dunque, inciso anche sulle dinamiche di auto-percezione alla base dei processi di narrazione identitaria. Una buona parte degli italiani si è sentita vulnerabile a quella che a tutti gli effetti è apparsa come una minaccia alla salute, al benessere e all'integrità culturale del Paese: numerose sono state, da più parti, le manifestazioni di un «disagio culturale» (Remotti, 2010, p. 13) le richieste di riconoscimento e salvaguardia dei simboli, dei culti, delle tradizioni dalla minaccia di un'alterità che invade, contamina, annacqua il senso del “Noi” e “ci” allontana.

I processi di costruzione identitaria, quindi, in questa fase, interloquiscono con una controparte che definisce in via residuale il sé collettivo: noi siamo quello che loro non sono, loro sono quello che noi non siamo. Un'identità arroccata, quindi, escludente, definita perlopiù in termini di “nazionalità”.

Come suggerisce Bauman (ibidem, p. 7), però, è proprio il contatto con l'altro che costringe ad interrogarsi sulla propria identità e anzi, di più, è proprio questa l'occasione che genera il pensiero dell'identità: «In altre parole, alla gente non viene in mente di “avere un'identità” fintanto che il suo destino rimane un destino di “appartenenza”, una condizione “senza alternative”».

In questa fase è la destra xenofoba ad alimentare la diffidenza per l'altro in quanto portatore di contagio: la nazione, attenta alla sua economia e alla sua salute, deve “difendersi”. I cinesi, già percepiti da questa particolare parte politica, come coloro che “invadono” il mercato interno con le “loro” produzioni, divengono, così, un'ulteriore minaccia per il Paese. La strumentalizzazione politica, ancorché non strutturata, non tarda a manifestare i suoi effetti sulla collettività.

---

<sup>2</sup> Tra questi, il Rapporto dell'Istituto Cattaneo del 2018 che rileva una significativa incertezza, da parte degli italiani, circa l'esatto numero di immigrati presenti sul territorio nazionale e l'indagine di L'Eurispes (2019), secondo cui gli italiani manifestano una scarsa consapevolezza circa i Paesi d'origine degli immigrati che vivono in Italia.

Siamo, dunque, sempre nell'orizzonte delle riflessioni e dei dibattiti pubblici sul “Noi e Loro” nel periodo intercorrente fra la fine di gennaio e la fine di febbraio 2020, quando i media iniziano a riportare le notizie di diversi episodi discriminatori ai danni di immigrati cinesi, attività commerciali e prodotti orientali. È del 24 febbraio, ad esempio, la notizia dell'aggressione ai danni di un ragazzo cinese, preso a bottigliate in un rifornimento di benzina a Cassola, in provincia di Vicenza, nel Veneto. Questo provoca una significativa catena di solidarietà nei riguardi delle comunità cinesi che vivono in Italia: tra le altre, una delle iniziative più diffuse, è quella promossa da diverse cooperative sociali, solidali, ma anche da privati cittadini che organizzano delle cene presso locali e ristoranti cinesi, al fine di allontanare lo spettro di una possibile insorgente discriminazione razziale verso la comunità cinese.

Intanto, in data 29 gennaio, viene annunciata dai media la presenza in Italia, di una coppia di coniugi cinesi affetti da Covid-19. La coppia, che si trovava in Italia per un *tour* turistico assieme ad una comitiva di connazionali – che sarà poi posta in quarantena precauzionale – viene ricoverata presso l'Ospedale Spallanzani di Roma dove resta per 49 giorni. Nei giorni seguenti, con intensità crescente, le notizie sull'epidemia da Covid-19 guadagnano sempre più spazio nell'agenda dei media e dell'autorità: il 31 gennaio, il Consiglio dei Ministri dichiara lo stato di emergenza nazionale e la conseguente chiusura dello spazio aereo italiano a tutti i voli diretti e provenienti dalla Cina.

Iniziano, così, ad avvicinarsi sui media *mainstream* previsioni, opinioni, anticipazioni degli scenari possibili ad opera di esperti e opinionisti che a vario titolo cercano di offrire la lettura di una possibile traiettoria del fenomeno.

In data 21 febbraio giunge e si diffonde la notizia del primo caso italiano da Covid-19, individuato a Codogno, nel Lodigiano. Pochi giorni dopo, inizia la stretta sulle regioni Lombardia e Veneto, che vengono dichiarate “aree a contenimento rafforzato”, in seguito al dilagare del contagio.

Quello che fino a quel momento era percepito come un dramma remoto, inizia a guadagnare pericolosamente terreno, ad avvicinarsi al “Noi”.

*Noi*. – Nei giorni seguenti il 21 febbraio e fino al Dpcm del 9 marzo, con cui viene dichiarata l'estensione delle misure restrittive da Lombardia e Veneto all'intero territorio nazionale, l'argomento Covid-19 passa dal primato al monopolio dell'*agenda setting* nazionale. La questione diviene centrale in ragione della rapida diffusione del contagio sul territorio nazionale: lo stesso giorno, secondo il Bollettino della Protezione Civile, i casi totali sono 9.172, 7.985 sono i soggetti che risultano positivi al virus, 724 i guariti, 4.316 i pazienti ricoverati con sintomi, 733 pazienti si trovano in terapia intensiva, mentre 2.936 si trovano in isolamento domiciliare. Il numero delle vittime sale a 463. Il vademecum con le misure di contenimento del contagio viene diffuso in Rete e tramite i media *mainstream*; il governo lancia l'*hashtag* "IoRestoaCasa" per invitare gli italiani a una scrupolosa osservanza delle misure. Gli italiani rilanciano con l'*hashtag* "AndràTuttoBene", il motto incoraggiante che comincia a fare la sua comparsa sui balconi degli italiani, scritto a chiare lettere su cartelloni e striscioni.

Propri i balconi costituiranno la scenografia della crisi da Covid-19 in Italia: lo spazio domestico, luogo del confinamento, contempla, al suo interno, una porzione di *agorà* in cui lo spazio materiale della casa si affaccia sul cortile immateriale dell'Italia intera. Sono i giorni dei *flashmob* delle ore 12 e 18, in cui gli italiani in quarantena cantano l'Inno di Mameli, "Volare" di Domenico Modugno o "Tanto pe' cantà" di Nino Manfredi, quasi a ritrovare nel canto, una comune matrice identitaria nazionale capace di stringere il "Noi" intorno a un'italianità consolatoria. I *flashmob* sui balconi sono organizzati e diffusi attraverso i *social*, in specifici gruppi Facebook tra cui spicca *Flash Mob Italy – Applaudiamo l'Italia Original*, che conta 742.903 iscritti.

Sempre dai balconi e sempre con destinatari e tempistiche stabiliti tramite *social*, partono gli applausi dedicati al personale medico e infermieristico impegnato nelle strutture ospedaliere nella lotta contro il virus, alle vittime, ai ricoverati e alle forze armate attente al rispetto degli stringenti vincoli imposti dalla quarantena.

Com'è comprensibile, anche i palinsesti TV subiscono delle variazioni: si rileva un significativo aumento in termini quantitativi degli spettatori che arrivano a trascorrere più di 6 ore al giorno davanti al televisore. Appare interessante la scelta, da parte di alcuni programmi di informazione culturale, della ridefinizione della propria programmazione, per

andare incontro alle preferenze dell'*audience*: è il caso di *Stanotte a...* e *Meraviglie. La Penisola dei tesori* di Alberto Angela. In un'intervista concessa ad Adnkronos, lo stesso Angela dichiara che la riprogrammazione ha lo scopo di «rivedere il nostro patrimonio culturale, portatore di valori propri delle generazioni passate». E difatti sono numerosissimi i canali, i tg e i programmi che indulgiano sulle immagini del patrimonio culturale e artistico di quest'Italia deserta, eppure maestosa. Gli schermi televisivi diventano finestre che si affacciano sul Colosseo, sulla Mole Antonelliana, su Piazza del Plebiscito, su Piazza San Marco, sul Duomo di Milano e di Firenze, sulle strade dei borghi italiani e il patrimonio culturale finisce così per costituire quasi un antidoto contro l'angoscia.

Le reazioni degli italiani sono entusiaste, lo si evince dai dati relativi all'*audience* e dai commenti degli italiani ai *tweet* di Angela. A questo punto, è opportuno soffermarsi a riflettere sul valore che può assumere il patrimonio culturale in tempi di crisi e ragionare sulla possibile declinazione di questo valore per il nostro Paese. Ci appaiono interessanti, in proposito, le parole di Sacco:

In Italia abbiamo una sorta di vizio storico nel volerci non semplicemente indentificare nel patrimonio, ma in un certo senso nel volerci far indentificare dal patrimonio: come se la ricchezza di significati che affolla i nostri paesaggi e le nostre città storiche fosse, *ipso facto*, capace di descrivere o anche solo di indicare ciò che siamo oggi, o addirittura ciò che ambiremmo ad essere. Non è un caso se questi richiami e queste argomentazioni si infittiscono nei momenti di crisi più profonda, come se fossero delle consolazioni a cui attingere (Dal Pozzolo, 2018, p. 8).

La riflessione di Sacco, ci suggerisce di ripensare al patrimonio culturale come snodo cruciale dei processi di ri-costruzione identitaria in tempi di crisi, ma soprattutto ci invita a farlo criticamente, a preventivare tutta la complessità di un rapporto, quello tra gli italiani e il patrimonio culturale italiano, nient'affatto che lineare. A tal proposito sembra quasi, infatti, che gli italiani vivano nel sogno di un glorioso passato di cui non sempre riescono a riattualizzare non le opere, bensì i valori. E questo rappresenta senza dubbio un'importante occasione di crescita culturale non colta: il patrimonio culturale, infatti, «con riferimento alla possibilità di essere di supporto al recupero dell'equilibrio psicologico, [...] assume



la valenza di uno strumento unico e irripetibile» (Graziani, 2020, p. 24).

Non a caso, tra le immagini che forse resteranno più impresse nell'immaginario collettivo, è senza dubbio da annoverare quella di Piazza San Pietro deserta la sera del Venerdì Santo, un'immagine di una straordinaria potenza. Il cammino lento di Papa Francesco attraverso quello spazio insolitamente vuoto, in uno dei giorni più importanti della cristianità, racconta il dramma in modo intenso e solenne proprio perché la presenza umana si staglia solitaria in uno spazio concepito per abbracciare e contenere moltitudini. Un luogo che può essere a tutti gli effetti considerato un *tēmenos*, un recinto sacro, appare questa volta privato della sua funzionalità, ma non del suo potere simbolico per il complesso di valori culturali che esprime su scala globale.

Nell'ambito di uno studio di carattere visuale, non c'è dubbio sul fatto che immagini di questa portata entrino di diritto a far parte delle narrazioni della contemporaneità e occupino un posto di rilievo nei processi di ri-costruzione identitaria del Paese. Accanto a questa immagine, ve ne sono delle altre, riverberate dai *social* e dai media *mainstream*, provenienti dall'estero che pure si sono inserite di diritto nell'immaginario collettivo italiano della crisi: stiamo parlando dei diversi monumenti o luoghi-simbolo in giro per il mondo che si sono tinti di bianco, rosso e verde in segno di vicinanza al nostro Paese, così duramente colpito. Basti pensare al Burj Khalifa di Dubai, al Cristo Redentore di Rio de Janeiro, alle Mura di Gerusalemme e alla facciata del palazzo del Comune di Tel Aviv, alla scritta in 3D 'Toronto' di Nathan Philippe Square a Toronto.

In questa fase la strumentalizzazione politica è opera della coalizione di governo. La crisi sanitaria e la conseguente recessione economica rischiano di avere un effetto destabilizzante sul Paese: occorre, dunque, rafforzare la coesione sia per sostenere le decisioni politiche, sia per ottenere il rispetto delle restrizioni e contenere il livello di conflittualità derivante dagli effetti economici e sociali determinati dalle restrizioni stesse. Richiamarsi all'identità nazionale – i riferimenti a quest'ultima sono espliciti già nei diversi messaggi del Presidente del Consiglio – e rafforzarla attraverso le immagini e i "discorsi" veicolati dalle narrazioni mediatiche, appare come la più opportuna strategia per conseguire questo obiettivo. Sono i giorni dell'*hashtag* "DistantiMaUniti", in cui gli italiani fanno fronte comune contro un nemico che viene descritto frequentemente con metafore belliche: di fronte al flagello, l'*establishment* politico, scientifico e

culturale in Italia – e nel mondo – parla di un nemico subdolo più minaccioso degli eserciti, delle navi da combattimento e degli aerei che costringe gli italiani ad attingere al proprio senso civico e a una forte coesione sociale e nazionale che pare, però, incrinarsi con il progressivo emergere di *cluster*, di “sub-Noi” omogenei per composizione sociale, provenienza geografica o obiettivi culturali. Il processo è ben descritto da Remotti:

Mentre l'identità, proprio perché astratta, si riferisce a una dimensione permanente (o che pretende di essere tale), i “noi” sono fortemente situazionali: affiorano, compaiono e agiscono in certe situazioni, scompaiono in altre (2010, p. XIX).

A partire dalla seconda metà di aprile, infatti, iniziano a comparire dei significativi processi di polarizzazione in seno alla macro-narrazione nazionale che ha caratterizzato l'emergenza nella sua fase acuta.

*Conclusioni. Noi contro noi.* – Com'era prevedibile la crisi ha provocato presto l'emersione delle profonde differenze che discostano tra loro le diverse realtà geografiche e sociali che compongono il nostro Paese: gli squilibri regionali, la marcata differenza tra la distribuzione delle infrastrutture e dei servizi pubblici, i crescenti problemi di coordinamento conducono inevitabilmente a una chiara difficoltà nel tenere salda una coerenza di azione su scala nazionale.

Il vessillo della solidarietà nazionale che ha caratterizzato la fase acuta prende progressivamente la forma di un mosaico composto da realtà che domandano riconoscimento: protagonisti di questa composizione sono innanzitutto i governatori delle Regioni che rivendicano autonomia e linee d'azione commisurate alle curve di contagio del proprio territorio. Verso la fine di aprile e con l'avvicinarsi della data del 4 maggio, il contrasto tra Regioni si inasprisce e prende la forma di vere e proprie schermaglie mediatiche. È il 19 aprile quando il Presidente della Regione Veneto, Luca Zaia, dichiara che l'intenzione del Presidente della Regione Campania, Vincenzo De Luca, di chiudere la regione ai cittadini provenienti dalla Lombardia, è un chiaro segnale di contrapposizione del Sud al Nord.

I media *mainstream* raccontano di questo regionalismo differenziato che contrappone le due parti del Paese in dibattiti pubblici che riverbera-

no poi, in maniera significativa, sul *social network*. La paura del contagio porta i cittadini del Sud Italia a disapprovare e temere gli arrivi dal Nord. Non solo: l'Italia si divide tra ligi osservanti delle misure restrittive imposte con la quarantena e “untori”, cittadini che vengono accusati di derogare incoscientemente alle norme di contenimento del contagio, vanificando il sacrificio dei coscientosi. È il caso dei *runner*, al centro di una spinosa questione sull'ammissibilità dell'attività motoria all'aperto. E ancora i passeggiatori, gli studenti e i lavoratori fuori sede, i meridionali poco ligi al lavoro e i milanesi dell'aperitivo sui Navigli. Sono tanti gli stereotipi frutto della disinformazione che ha avuto, purtroppo, una grande parte in questi processi di aggregazione e polarizzazione del “Noi”. La frammentazione delle fonti informative, unita all'impossibilità di districarsi tra le tante, contrastanti versioni possibili di un medesimo fatto – riprodotto mediaticamente in maniera imponente e a supporto sia di narrazioni che di contro-narrazioni – ha agito da generatore di sub-processi identitari che hanno smembrato il “Noi” nazionale in una pluralità di “noi” territoriali, ciascuno dei quali portatore di una propria integrità da difendere, alla ricerca di una rappresentazione distintiva.

Se l'“altro”, fino a pochi mesi prima, era rappresentato dall'immigrato che giunge illegalmente sul territorio italiano, con l'esplosione della pandemia, il Paese mette da parte quella che percepiva come un'emergenza sociale e politica per dedicarsi a un'emergenza sanitaria cui reagisce con un istintivo rafforzamento del “Noi” nazionale: “noi” italiani, senza sub-identità di fronte al “nemico comune” da “combattere”, metafore lessicali del nazionalismo prebellico.

A questa fase, però, fa seguito una nuova “oggettualizzazione” dell'alterità, questa volta perlopiù individuata in base all'obiettivo della salvaguardia del valore “salute pubblica”.

Com'è evidente, quindi, i processi di ri-costruzione identitaria presi in esame e tuttora in corso, presentano una complessità che, da una parte possiamo considerare riflesso del drammatico momento storico; dall'altra, però, essa deve comunque condurci a riflettere sull'attitudine, propria – ma non esclusiva – del nostro Paese, a vivere un'identità che potrebbe definirsi “a geometria variabile”: un'identità che passa dal riferimento nazionale a quello territoriale, a seconda delle condizioni di contesto, ripiegandosi su quest'ultima dinanzi alle crisi interne che ne evidenziano le differenziazioni. Un Paese, dunque, che continua a percepire

l'alterità, declinata a vario titolo, come una minaccia; a condurre una continua ricerca di sempre nuovi baricentri dell'identità che viene così costruita, ri-costruita, agita, negoziata, rinegoziata. Per restare nell'ambito della metafora bellica, la necessità di un nemico che oggettualizzi tensioni e paure, probabilmente funge da scappatoia dinanzi alla complessità e allo sforzo di ri-pensare se stessi in maniera critica, mettendo in discussione le proprie forme di socialità e i propri modelli di sviluppo. Ma una crisi di queste proporzioni, se da un lato ha colpito duramente le nostre certezze, dall'altro potrebbe rappresentare l'occasione per chiedersi quali sono, nella nostra autobiografia, le risorse disponibili per affrontare l'emergenza e considerarla punto di ripartenza per una costruzione identitaria nuova ed inclusiva; come la dimensione del "Noi" ha reagito di fronte allo stress di questo evento di portata epocale e come essa può essere ripensata.

Abbiamo bisogno di una narrazione orientativa (Pollice, 2017; Pollice et al., 2019) che più che guardare al passato, guardi al futuro, costruendo identità aperte, capaci di creare coesione anziché esclusione. Posto che le identità si costruiscono attraverso la narrazione, è su quest'ultima che occorre lavorare se vogliamo evitare il rischio di nazionalismi o di contrapposizioni localistiche. In quest'ottica, di certo si può affermare che non occorre chiedersi chi siamo quanto piuttosto «come possiamo rappresentare noi stessi» (De Rubertis, 2013, p. 41).

Se è ancora troppo presto per vedere gli esiti totali di questo mutamento, è già tempo per capire che la grande partita si gioca nella costruzione di un "Noi" globale e inclusivo, che maturi un profondo senso di responsabilità sociale verso l'ecosistema e le generazioni future. Solo in questo modo, potremmo far lavorare la crisi per "Noi" e non più contro di "noi".

## BIBLIOGRAFIA

- BAUMAN Z., *Intervista sull'identità*, a cura di VECCHI B., Roma-Bari, 2003.  
BOCCIA ARTIERI G., *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (social) Network Society*, Milano, Franco Angeli, 2012.  
CERRUTI F. (a cura di), *Identità e politica*, Roma-Bari, Laterza, 1996.

- DAL POZZOLO L., *Il patrimonio culturale tra memoria e futuro*, Milano, Editrice Bibliografica, 2018.
- DELL'AGNESE E., *Paesaggi ed eroi. Cinema, nazionale, geopolitica*, Torino-Novara, UTET, 2009.
- DELL'AGNESE E., "Media e geopolitica: una relazione complessa", in LIZZA G. (a cura di), *Geopolitica delle prossime sfide*, Torino-Novara, UTET, 2011, pp.243-273.
- DE RUBERTIS, "Identità territoriale e progetti di sviluppo. Un punto di vista cibernetico", in BANINI T. (a cura di), *Identità geografiche. Questioni, metodi, esperienze a confronto*, Milano, Franco Angeli, 2013, pp.29-44.
- FONTE AUDITEL ELABORAZIONE STUDIO FRASI  
(<https://twitter.com/studiofrasi>; consultato in data 23/03/2020).
- FOUCAULT M., *L'ordine del discorso. I meccanismi sociali di controllo e di esclusione della parola*, Torino, Einaudi, 1972.
- GRAZIANI P., "Il patrimonio culturale come strumento socio-sanitario nel post coronavirus", *Territori della cultura*, 2020, 40, pp.24-25.
- INDAGINE L'EURISPES IMMIGRAZIONE 2020  
(<https://www.leurispes.it/categoria/immigrazione/>; consultato in data 03/05/2020).
- LÉVI-STRAUSS C., *L'identità*, Palermo, Sellerio Editore, 2003.
- MAINS S., CUPPLES J., LUKINBEAL C., *Mediated Geographies and Geographies of Media*. The Netherlands, 2015.
- MOORES S., *Media and sense of place: on situational and phenomenological geographies*, XII; Londra, Media@LSE, 2007.
- POLLICE F., "Il ruolo dell'identità territoriale nei processi di sviluppo locale", *Bollettino Società Geografica Italiana*, 2005, X, 1, pp.75-92.
- POLLICE F., "Placettelling® per uno sviluppo della coscienza dei luoghi e dei loro patrimoni", *Territori della Cultura*, 2017, 30, pp.106-111.
- POLLICE F. ET AL., "C'era una volta...e c'è ancora: la narrazione dell'autenticità nel Progetto Comunità Ospitali dell'Associazione Borghi Autentici d'Italia (BAI)", *Geotema*, Supplemento 2019, pp.129-142.
- PORTALE MINISTERO DELLA SALUTE  
(<http://www.salute.gov.it/portale/nuovocoronavirus/dettaglioContenutiNuovoCoronavirus.jsp?area=nuovoCoronavirus&id=5351&lingua=italiano&menu=vuoto>; consultato in data 12/05/2020).

- RAFFESTIN C., “Immagini e identità territoriali”, in DE MATTEIS G., FERLAINO F. (a cura di), *Il mondo e i luoghi: geografie dell'identità e del cambiamento*, Torino, IRES, 2003, pp.3-10.
- RAFFESTIN C., *Per una geografia del potere*, Milano, UNICOPLI, 1981.
- RAPPORTO ISTITUTO CATTANEO 2018, (<https://www.cattaneo.org/wp-content/uploads/2018/08/Analisi-Istituto-Cattaneo-Immigrazione-realtà-e-percezione-27-agosto-2018-1.pdf>; consultato in data 02/05/2020).
- REMOTTI F., *L'ossessione identitaria*, Roma-Bari, Laterza, 2010.
- REGIONE LOMBARDIA PORTALE (<https://www.regione.lombardia.it/wps/portal/istituzionale/>; consultato in data 24/04/2020).
- RICCEUR, *Soi-même comme un autre*, Parigi, Le Seuil, 1990.
- RINELLA A., *Geo-grafie dissonanti e profonde. Le migrazioni nel Mediterraneo a bordo del fumetto made in Italy*, Bari, WIP Edizioni, 2019.
- ROSE G., *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*, Londra, Sage, 2001.
- SCHWARTZ L., “Imagining geographies through visual media”, *Aether. Journal of Media Geography*, 2008, 11, pp.1-5.
- TURCO A., “Abitare l'avvenire. Configurazioni territoriali e dinamiche identitarie nell'età della globalizzazione”, *Bollettino Società Geografica Italiana*, 2003, 1, pp.3-20.
- TURCO A., “Sociotopie: istituzioni postmoderne della soggettività”, in DE MATTEIS G., FERLAINO F. (a cura di), *Il mondo e i luoghi: geografie dell'identità e del cambiamento*, Torino, IRES, 2003, pp.21-33.
- WHO, Covid-19 Last Updates, ([https://www.who.int/peh-emf/publications/italy\\_dis/en/](https://www.who.int/peh-emf/publications/italy_dis/en/); consultato in data 13/05/2020).
- ZIMMERMANN S., “Media Geographies”, *Aether Journal of Media Geography*, 2007, 1, pp.59-63.

## SITOGRAFIA

- [https://www.adnkronos.com/cultura/2020/03/25/coronavirus-alberto-angela-cultura-unisce-paese\\_luFCwfbOhlwwSxT0VDW4sL.html](https://www.adnkronos.com/cultura/2020/03/25/coronavirus-alberto-angela-cultura-unisce-paese_luFCwfbOhlwwSxT0VDW4sL.html); consultato in data 07/05/2020).

<https://www.biocrime.org/coronavirus-covid-19-emozioni>; consultato in data 13/05/2020.

<https://www.biocrime.org/coronavirus-covid-19-emotions>; consultato in data 13/05/2020.

<https://datajournalism.kpi6.com/coronavirus-observatory/>; consultato in data 11/05/2020.

<https://lab24.ilsole24ore.com/coronavirus/>; consultato in data 30/04/2020.

<http://www.protezionecivile.gov.it>, consultato in data 30/04/2020.

*From “Italia dei barconi” to “Italia dei balconi”. National identity at the time of Covid-19.* – This work is part of the debate known as «Media Geography» (Zimmermann, 2007; dell’Agnese, 2011) and it aims to critically investigate the collective processes of identity narratives produced by the crisis developed by the Covid-19 emergency in Italy. These processes are identified in the media mainstream narratives of the sense of a common belonging and representation (Foucault, 1980; Schwartz, 2008). The survey takes into consideration the period February-April 2020 and it has identified a chronology of “Us”, structured as follows: “Us and Them”, “Us”, “Us and us”, through a semiotic and visual approach, a structure that encourages us to reflect on the contrast between local and global. Finally, the close link between politics and identity narration is highlighted: through the media, it tends to build images that activate and orient collective narration, confirming that «the ideological mobilization of identity concerns the images of identity rather than identity itself» (Pollice, 2005).

*Keywords.* – Identity narratives, Covid-19, Images of identity

*Dipartimento di Storia, Società e Studi sull’Uomo, Università del Salento.*  
*fabio.pollice@unisalento.it.*

*Dipartimento di Storia, Società e Studi sull’Uomo, Università del Salento.*  
*patrizia.miggiano@unisalento.it*