



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI STUDI LINGUISTICI E LETTERARI

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN *STRATEGIE DI COMUNICAZIONE*

I CONSUMI NEL TERZO MILLENNIO

TEMPO, EMOZIONI E TRADIZIONE IN UN'INDAGINE SOCIO-ECONOMICA DAL 2010

AL COVID-19

Relatore:

Prof. Marco Bettiol

Laureanda: Gaia Papadia

Matricola:1210165

Anno Accademico 2019-2020

Indice

Introduzione.....	3
CAPITOLO I.....	6
La società contemporanea: veloce, multitasking, iper-connessa e globalizzata. Per quanto ancora?	6
1.1 “La società della Teologia della velocità”: un’interpretazione sociologica.	6
1.2 Il multitasking, Internet e la rivoluzione dello spazio-tempo	11
1.3 La richiesta di rallentamento, ritorno alle radici e autenticità.....	17
1.4 Un futuro auspicato di cambiamenti e controtendenze.	20
CAPITOLO II.....	24
La vita e i consumi nel decennio 2010-2020: tempo libero, social media e scelte alimentari degli italiani.....	24
2.1 La società del 2020 dieci anni dopo i buoni auspici: dove eravamo rimasti, dove siamo arrivati.....	24
2.2 L’impiego del tempo e la ricerca della lentezza nella società contemporanea.....	29
2.3 I social, il tempo che dedichiamo loro e gli ephemeral contents: dalla società dei consumi alla società delle “emozioni a consumo”.....	40
2.4 Radici e autenticità nel 2020. Un indicatore rappresentativo tutto italiano: il cibo.....	53
CAPITOLO III	64
Le conseguenze dell’impatto del COVID-19 sulle nostre vite: tempo, relazioni e scelte di consumo.	64
3.1 Un inaspettato freno a mano alle nostre abitudini: il COVID-19.....	64
3.2 La rivoluzione dello spazio e la percezione del tempo durante il Covid-19.	68
3.3 Tecnologie e media ai tempi della pandemia. I social come luogo di condivisione e relazione della vita in quarantena.	76
3.4 I consumi ai tempi della quarantena: la ribalta del “fatto in casa” all’italiana.....	85
CAPITOLO IV	92
Un’indagine qualitativa sulle percezioni degli italiani: la vita prima, durante e dopo la quarantena.	92
4.1 Introduzione.....	92
4.2 Metodologia.....	95

<i>4.3 Questionario</i>	96
<i>4.4 Analisi</i>	126
<i>4.5 Considerazioni finali</i>	132
Conclusione	135
Bibliografia.....	139
Sitografia	140

Introduzione

La tradizione sociologica dei nostri tempi ha visto prevalere un'interpretazione della società contemporanea per lo più incentrata, spesso in modo critico, sul *modus vivendi* che abbiamo appreso, adottato e assimilato in seguito alle rivoluzioni tecnologiche e ai velocissimi cambiamenti degli ultimi decenni: si pensi a tutti gli sconvolgimenti cui è stata sottoposta la nostra società dagli anni 50'/60' circa (anni del boom economico, dell'americanizzazione, delle prime implementazioni tecnologiche nel campo dell'informatica che avrebbero poi condotto alla World Wide Web) sino ad oggi.

Analizzando il presente, nel 2010, Giampaolo Fabris ha esposto le sue perplessità circa l'estrema velocizzazione dei ritmi che caratterizza la nostra era nel suo volume *La società post-crescita*, fonte da cui sono partita per l'ideazione e l'elaborazione della mia tesi. L'analisi di Fabris si conclude rilevando l'emergere di una serie di trend, che secondo l'auspicio dell'autore avrebbero potuto produrre dei cambiamenti di rotta nella società contemporanea, nel giro di dieci anni: il recupero delle proprie radici e delle proprie tradizioni, una richiesta di rallentamento dei ritmi della nostra vita, con la conseguente riscoperta della dimensione della lentezza, e un ritorno all'autenticità.

Le domande da cui parte questo lavoro di tesi sono dunque le seguenti: trascorsi questi dieci anni, quanti e quali dei cambiamenti in cui Fabris riponeva le proprie speranze si sono effettivamente realizzati? E soprattutto, come ha influito l'irrompere della pandemia di Covid-19, con l'immenso blocco forzato che ha comportato, sui ritmi e le abitudini della società contemporanea? Può questa drammatica esperienza, imposta al nostro tempo dalle circostanze, fornire comunque spunti per un cambiamento più spontaneo e duraturo della direzione in cui la società procede? Per affrontare tali questioni, ho scelto di strutturare il mio elaborato nel modo seguente.

Nella prima parte, riporterò le riflessioni e le analisi di Fabris relative alla situazione fino al 2010, in relazione all'uso del tempo, alla velocità e al *multitasking* come cifre della contemporaneità, e ai trend emergenti in opposizione a queste problematiche (recupero delle

radici e richiesta di rallentamento dei ritmi, *in primis*). Mi soffermerò inoltre sul modo in cui l'autore appoggia la proposta del cosiddetto “marketing mediterraneo”, improntato precisamente alla “presa di distanza dalla concitazione sociale, la rivalorizzazione della lentezza e della misura, il tempo rallentato, [...] il ruolo centrale della tradizione e di un localismo ‘rivisitato’, [...] la riscoperta e richiesta di autenticità” (Fabris, 2010): tale proposta costituisce un possibile modello alternativo al nostro attuale sistema di rapporti socioeconomici di importazione dal contesto anglosassone, e dunque vale la pena di soffermarci brevemente.

Il capitolo seguente si focalizzerà invece sul decennio trascorso dal 2010 dell'analisi di Fabris, al gennaio del 2020: il mese di febbraio sarà da considerarsi spartiacque tra due momenti ben distinti, cioè la continuità di trend fino alla pandemia globale da Covid-19, e il “dopo” tale punto di rottura. Vedremo in che modo si sia sviluppato il rapporto delle persone con il tempo, e in particolare con il tempo libero, soprattutto in relazione all'impatto che le nuove tecnologie hanno su di esso. Particolare attenzione sarà poi data ai *social media* (sarà oggetto d'analisi soprattutto la funzione di pubblicazione di *stories* su Instagram e Facebook) e al loro impatto sulla vita di oggi e sulle modalità di condivisione sociale di contenuti, emozioni, etc. Tali tecnologie, divenute ormai talmente importanti da essere state fondamentali anche in questa sede come strumento di indagine, stanno contribuendo a una ristrutturazione del nostro modo di vivere e condividere emozioni ed esperienze personali. Infine, mi soffermerò sulle abitudini e le preferenze alimentari degli italiani (tanto in casa quanto al ristorante), utilizzando queste ultime come indicatore di un eventuale ritorno alle radici e all'autenticità.

Il terzo capitolo si occuperà di come i medesimi aspetti della nostra vita siano cambiati a seguito dell'emergenza sanitaria da Covid-19 e il conseguente *lockdown*. Profondi cambiamenti hanno rivoluzionato in brevissimo tempo molte nostre consuetudini: ne è un esempio lampante l'implementazione forzata dello *smart working*, che ha portato a un'invasione delle attività lavorative nella nostra vita privata. Vedremo nel dettaglio com'è che i nostri connazionali hanno vissuto questa esperienza, a quali attività si sono dedicati non appena hanno potuto disporre di più tempo nell'arco della propria giornata e quanto quest'esperienza abbia influito favorevolmente o meno sul benessere psicologico di molti. Inoltre, osserveremo come le tecnologie in generale e i *social media* in particolare siano stati fondamentali in questa situazione critica, in quanto ci hanno concesso di portare avanti le nostre attività di lavoro e studio, ci hanno consentito di rimanere in contatto e coltivare relazioni a distanza, e si sono rivelati utili sia come fonte di informazione che come luogo di condivisione del nostro stato

d'animo rispetto a questa esperienza. Infine constateremo come a un aumento del tempo a disposizione delle persone sia corrisposto un ritorno alla cucina casalinga, e quindi una rivalorizzazione delle tradizioni culinarie italiane secolari, nella direzione di un'alimentazione più sana e all'insegna del "fatto in casa".

Per approfondire ulteriormente tali questioni in relazione ai cambiamenti dovuti al diffondersi del Coronavirus e alla conseguente quarantena, ho effettuato un'indagine qualitativa sottoforma di questionario a domande aperte, che ho sottoposto ad un campione casuale di dieci persone di diversa età, sesso, provenienza geografica e stato occupazionale: esso sarà oggetto della quarta e ultima parte del testo. Tale indagine, come vedremo, si è rivelata utile al fine di comprendere se e quali siano stati i cambiamenti nelle tendenze di fondo e nelle consapevolezze degli italiani rispetto al modo in cui conducono le loro vite, dato per scontato fino a questa emergenza e che ora è stato messo, almeno inizialmente, in discussione.

Spero che questo lavoro, oltre a fornire uno spaccato della situazione attuale, pre- e post-Covid, possa servire più in generale come spunto per riflettere su qualcosa di tutt'altro che scontato: la (ri)scoperta di una direzione più sostenibile per il nostro vivere, sia a livello individuale che sociale, magari all'insegna proprio di quei valori di cui il testo di Fabris si era fatto portavoce. La crisi sanitaria, ma anche economica e sociale in corso, con tutte le sue drammatiche implicazioni, ci ha messo di fronte ai limiti del sistema nel quale siamo abituati a vivere: è forse proprio ora che ci troviamo a metà tra il ricordo di quanto appena accaduto e il timore che possa accadere di nuovo, il momento più adatto per riflettere su tutti i nuovi spunti che la situazione attuale ha fatto emergere.

CAPITOLO I

La società contemporanea: veloce, multitasking, iper-connessa e globalizzata.

Per quanto ancora?

1.1 “La società della Teologia della velocità”: un’interpretazione sociologica.

Quello del tempo e dell’uso che l’uomo ne fa da quando è sulla terra, è un tema che da sempre ha scomodato i più grandi pensatori, studiosi e teorici di tutti i tempi. Il dibattito su come l’uomo viva le proprie ore, come le impieghi, come, quante e quali cose riesca a fare nel proprio tempo e soprattutto in che modo egli percepisca lo scorrere del tempo, non si è mai arrestato dall’antichità sino ad oggi.

In particolare per quel che riguarda però la nostra società contemporanea, la sociologia si è sbizzarrita nel fornire interpretazioni, e molto spesso muovere critiche, verso quella che appare oramai agli occhi di tutti una società iper-veloce, dove lo scorrere inevitabile del tempo cui si cercano di trovare diversi escamotage diventa spesso un ostacolo alla realizzazione dei propri obiettivi. Nell’elaborazione di questo primo paragrafo sono stati utilizzati come strumenti di analisi le interpretazioni e le riflessioni rispetto alla tematica del rapporto tra l’uomo e il tempo nella nostra contemporaneità proposte da vari autori dell’ambito che se ne sono occupati, utilizzando come materiale bibliografico di riferimento il capitolo *Nuovi Valori* del libro *La società post-crescita* di Giampaolo Fabris, in cui egli analizza la società contemporanea fino al 2010, anno di pubblicazione del manuale.

Prima però di entrare nel vivo della chiave di lettura della società contemporanea che ci propongono gli studiosi di cui sopra, reputo significativo fare riferimento a uno dei più importanti filosofi dell’antichità che ha trattato vastamente questo tema, Seneca, al fine di dimostrare, trascorsi quasi due millenni da allora, quanto in effetti ci ritroviamo ancora oggi a porci gli stessi interrogativi, perché la relazione tra noi e il modo in cui impieghiamo il nostro tempo nella vita quotidiana di ogni giorno è stata e rimane ancora una delle questioni centrali

irrisolte per l'essere umano, che stenta evidentemente ancora a trovare il giusto equilibrio tra quantità e qualità, tra tempo per sé e tempo per la società.

È privilegio di una mente serena e tranquilla spaziare in ogni parte della sua vita; l'animo degli affaccendati, come sotto un giogo, non può voltarsi e guardare indietro. Se ne va dunque la loro vita in un abisso, e come non serve a nulla cercare di riempire un vaso, se manca un fondo che riceva e tenga quello che ci metti, così non ha importanza la quantità di tempo concessa, se non c'è dove si depositi: passa attraverso animi lesionati e bucati. Il presente è brevissimo, tanto breve che ad alcuni sembra inesistente; infatti è sempre in corsa, scorre e precipita; finisce prima di giungere, e non tollera soste più che l'universo o le stelle, il cui incessante movimento non resta mai nel medesimo punto. Agli affaccendati dunque spetta solo il presente, che è così breve da non potersi afferrare, e un presente che si sottrae a chi è diviso da molte occupazioni. (Seneca, 2010)

Nel 49 d.C. circa, Seneca ci fornisce con il *De brevitae vitae* una trattazione filosofica sul senso della fuga del tempo e della caducità delle cose, sottolineando sempre che “Non abbiamo poco tempo, ma ne abbiamo perduto molto” (Seneca, 2010): in particolare la massa degli affaccendati, una massa da lui descritta come frenetica, sembra aver dimenticato che il tempo è il bene più prezioso dell'uomo, e tuttavia anche quello che più facilmente viene sperperato e sprecato. Ancora, nelle *Lettere a Lucilio*, scriverà:

Abbiamo avuto dalla natura il possesso di questo solo bene sommamente fuggevole, ma ce lo lasciamo togliere dal primo venuto. E l'uomo è tanto stolto che, quando acquista beni di nessun valore, e in ogni caso compensabili, accetta che gli vengano messi in conto; ma nessuno, che abbia cagionato perdita di tempo agli altri, pensa di essere debitore di qualcosa, mentre è questo l'unico bene che l'uomo non può restituire, neppure con tutta la sua buona volontà. (Seneca, 2013)

Contrariamente a ciò che si può pensare, il filosofo considera quindi il tempo speso nell'*otium*, tempo dedicato alla meditazione, alla riflessione, (nello specifico caso anche alle dissertazioni filosofiche), un tempo guadagnato, e non perso, come invece quello impiegato nelle varie occupazioni, vivendo solo in funzione degli altri.

Delle riflessioni estremamente moderne e attuali se pensiamo soprattutto al tipo di società in cui noi uomini del secondo millennio viviamo ogni giorno: una società dai ritmi frenetici, che non ci concede mai tempo per noi stessi e non fa altro che incatenarci. Entriamo quindi nel vivo delle interpretazioni che autori e studiosi attuali ci hanno fornito dei nostri tempi, come già anticipato in precedenza.

Nel 2010 infatti, circa quindi duemila anni dopo rispetto alle riflessioni del filosofo romano, Giampaolo Fabris ci presenterà nel suo libro *La società post-crescita*, una società caratterizzata dalla velocizzazione di ogni aspetto della nostra vita, dal *just in time* e dal *multitasking* (cui si

dedicherà maggior spazio successivamente in questa trattazione), dal dinamismo e dalla simultaneità, una società accelerata, frettolosa e dove la richiesta di produttività ed efficienza sono costanti.

Una società, la nostra, che si presta ad essere rappresentata come una “teologia della velocità” (Fabris, 2010), le cui caratteristiche sembrano essere trasversali a più ambiti della nostra esistenza: dalle frenetiche attività di ogni giorno al nostro tempo libero, nonché quindi alla qualità delle nostre relazioni.

Grazie anche all’impatto che lo sviluppo delle nuove tecnologie ha avuto sulla nostra società, le opportunità offerte a ciascuno di noi hanno subito un incremento, di conseguenza abbiamo cercato di perseguirle tutte per arricchire il nostro port-folio di esperienze con l’impressione di vivere di più, quando invece abbiamo cercato di approfittare di tutto quello che ci veniva offerto, di tutte le opportunità, attraverso “toccate e fuga”, vivendo quindi solo a metà queste possibilità e mai appieno.

Abbiamo cominciato a fagocitare esperienze di ogni tipo. Il turismo, per cominciare, divenuto prevalentemente di massa e “mordi e fuggi”: si pensi alle crociere, per esempio, dove si ha l’illusione di aver visitato tre o quattro città in posti diversi del mondo, quando in realtà si ha avuto giusto il tempo di scendere dalla nave per un quattro, cinque ore, per “rubare” le foto più iconiche di posti esotici, le cosiddette foto da “cartolina”, solo per il gusto di dire “ci sono stato”. Abbiamo cominciato a vivere frettolosamente e approssimativamente anche i rapporti umani e le relazioni personali, che abbiamo relegato in un minuscolo spazio tutto sommato nemmeno considerato prioritario. Per non parlare della rapidità con la quale sostituiamo vestiti, oggetti, inseguendo mode che cambiano di anno in anno. Fino ad arrivare anche al cibo, con l’incremento del consumo del *fast-food*, laddove invece il “mangiare italiano” in particolare viene considerato, a livello mondiale, una vera e propria filosofia che celebra il mangiar sano, la lentezza e la convivialità: un rituale in tutto e per tutto.

Fabris propone come metafora dei nostri tempi quella della casalinga tuttofare, sempre indaffarata e dalle mille mansioni, che nella medesima giornata si occupa della casa, della famiglia, e forse, se avanza tempo, anche un po’ di sé stessa. Immagine indubbiamente rappresentativa del quadro finora descritto.

Ecco come allora un nuovo valore diviene centrale per la nostra epoca: quello dell’ottimizzazione del tempo.

Il tempo infatti che dedichiamo all’ozio, agli affetti, alla meditazione e alla riflessione, finisce per essere considerato improduttivo: è un tempo sprecato. Il tempo in cui non si hanno cose da fare lo chiamiamo tempo morto, proprio quello che dovremmo considerare e chiamare “tempo di vita” (Fabris, 2010):

In un mondo superveloce che si critica continuamente perché si ritiene ancora troppo lento, diventa sempre più urgente difendere il valore della lentezza. [...] alcune esperienze decisive per la nostra maturità non sono velocizzabili e possono prodursi solo se avvengono a ritmo lento [...] l’uomo della velocità guadagna sicuramente alcune facoltà ma ne perde altre, prima fra tutte l’attenzione per l’altro... quella cura o quella tenerezza che vengono dal non avere soltanto scopi ma anche sentimenti, dal non avere solo concorrenti ma anche amici, legami, interdizioni o impicci. (Cassano, 2001)

Con l’aumento della velocità si deteriorano profondamente o addirittura scompaiono, dall’amore e la cura per l’altro alla riflessione, dall’educazione alla convivialità, a tutte quelle attività e qualità che, per esistere, hanno bisogno di respirare un tempo largo, di disporre dell’ossigeno della durata. (Cassano, 2005)

Cominciano così a insorgere disagi esistenziali, primo fra tutti lo stress che porta con sé una lunga serie di disturbi psicosomatici e numerose manifestazioni patologiche.

In un articolo della rivista *Live Science*, dal titolo *Planning ‘Worry Time’ May Help Ease Anxiety*¹ del 2011 (si è scelto di utilizzare il commento a uno studio del 2011 proprio per confrontare i dati comportamentali di pazienti posti sotto osservazione negli stessi anni che sono oggetto dell’analisi di Fabris in *La società post-crescita* del 2010), viene commentato uno studio olandese pubblicato sull’uscita di luglio del *Journal of Psychotherapy and Psychosomatics* che ho trovato esemplificativo per spiegare il paradosso che attanaglia i nostri tempi. La conclusione cui arrivano i ricercatori olandesi è che il modo migliore per liberarsi dalle proprie ansie sia prendersi del tempo ogni giorno per preoccuparsene: un tempo pianificato insomma, proprio come sperimentato nello studio commentato dall’articolo, dove un campione di soggetti con disturbi dell’adattamento, esaurimento, problemi sul lavoro, ha impiegato trenta minuti al giorno del proprio tempo per pensare alle preoccupazioni e a possibili soluzioni ad esse, evitando così di pensarci durante la giornata portando via tempo ai propri impegni e, soprattutto, avvilenandosi. I ricercatori olandesi hanno dimostrato quindi che compartimentando la preoccupazione fosse possibile ridurla, nonché affrontare meglio i propri problemi.

¹ J. Brownstein, *Planning ‘Worry Time’ May Help Ease Anxiety*, in *Live Science*, luglio 2011, articolo disponibile online al link: <https://www.livescience.com/15233-planning-worry-time-ease-anxiety.html>.

Ma come si possono attuare certe tecniche che richiedono tempo, costanza, pazienza, se crediamo che il tempo dedicato alla riflessione e alla meditazione, il tempo che dedichiamo alla cura di noi stessi, sia un tempo tutto sommato perso? Un tempo che si sarebbe potuto impiegare meglio facendo altro? Come possiamo riuscire a trovare tempo in una società che non dà tempo, quella del *tempus fugit* (Fabris, 2010)?

Fabris ci riporta in *La società post-crescita*, quello che egli stesso definisce essere un “suggestivo affresco” (Fabris, 2010) della nostra società ad opera di Baker:

Viviamo l'epoca dell'accelerazione. Tutto intorno a noi è un richiamo alla celerità. Le cose vanno sempre più veloci. [...] Siamo sempre fuori tempo. In ritardo. In affanno. Il mito della velocità ha invaso tutto il quotidiano, al punto che ben lungi dall'essere diventati delle Ferrari, siamo consci solo di essere inadeguati, di finire indietro. Così subentra lo stress... una malattia onnivora, impossibile da controllare. Mentre ci sfugge il senso delle cose, inseguiamo ritmi impossibili. [...] Dalla più tenera età sentiamo diffusa questa preoccupazione di non farcela, di aver perso il treno. Per non essere stati abbastanza spediti, diretti, spietati, vediamo intorno a noi quelli che “vincono” che hanno sempre un altro appuntamento per cui devono correre. (Baker, 2007)

Riprendendo appunto il pensiero espresso da Baker nelle ultime righe della citazione precedente, se consideriamo che già normalmente per la maggior parte dei giovani le decisioni e i cambiamenti divengono facilmente fonte di sofferenza psicologica, poiché, indipendentemente da quali siano i ruoli della vita adulta che essi scelgono di adottare, è inevitabile che tali processi decisionali comportino una quota di stress, tensione, sconfitte e ripensamenti, a maggior ragione in una società in cui si chiede di scegliere bene e velocemente, al fine di “rientrare nei tempi” e nei ritmi già scanditi del percorso che conduce alla realizzazione personale, difficilmente ci sarà spazio per un errore, che condurrebbe inevitabilmente a una “perdita di tempo”, a un sentirsi indietro, a un fallimento.

Insomma, dall'infanzia all'età adulta, siamo tutti estremamente stressati e intrappolati nel modello predominante della nostra epoca: quello del *multitasking*. Se dobbiamo fare quindi il più possibile, nel minor tempo possibile, e se si può, nel modo migliore possibile, l'unico modo è quello di dedicarsi a più attività nello stesso tempo.

Nel prossimo paragrafo si approfondirà la nozione di *multitasking* e l'applicazione che se ne è fatta a più ambiti possibili della vita quotidiana, soprattutto a partire dall'avvento della tecnologia di internet e successivamente con l'apparizione dei primi *social network* nella prima decade del terzo millennio.

1.2 Il multitasking, Internet e la rivoluzione dello spazio-tempo

Multitasking è una parola anglosassone che appartiene al codice del linguaggio tecnico-informatico. In italiano il suo termine equivalente sarebbe “multiprogrammazione”, secondo la definizione del vocabolario online Treccani.² Il meccanismo di funzionamento di un calcolatore cui si chiede di lavorare in *multitasking* prevede che “se viene chiesto al sistema di eseguire contemporaneamente due processi A e B, la CPU eseguirà per qualche istante di tempo il processo A, poi per qualche istante successivo il processo B, poi tornerà a eseguire il processo A e così via”³: questo significa che nonostante il computer sia in grado di eseguire più programmi in contemporanea, alternerà il tempo dedicato all’esecuzione di ognuno di essi.

Fuor di metafora quindi, se riflettiamo sul fatto che la nostra è stata definita la “società del *multitasking*” operando una ri-contestualizzazione del prestito dal linguaggio informatico, dobbiamo anche ricordare però che, purtroppo o per fortuna, noi non siamo macchine. Il computer infatti si serve di un meccanismo chiamato *context switch*, commutazione di contesto, che gli consente di registrare le informazioni relative a quello che stava facendo per poi riprendere esattamente dal punto in cui era rimasto. Per noi esseri umani invece funziona diversamente. Il *task switching*, e cioè il passare da un compito all’altro, ha dei costi in termini di accuratezza, specie se fatto con frequenza, e non solo: “le interruzioni necessarie per passare da un ambito a un altro producono perdita di concentrazione e di efficienza e soprattutto aumentano le possibilità di commettere errori. E tutto ciò produce un notevole carico di stress.”⁴ Stress di cui, appunto, abbiamo già parlato in precedenza.

Diversi studi poi sull’argomento hanno addirittura dimostrato che il multitasking provocherebbe danni permanenti, come la riduzione del QI. Se ne è occupato tra gli altri Earl Miller, professore in neuroscienze al Picower Institute for Learning and Memory al MIT, che ha dichiarato in un articolo del Fortune dell’8 Dicembre 2016 che il multitasking provoca un deficit cognitivo: esso è praticamente un generatore di errori dovuti a mancanza di attenzione.⁵

² cfr. <http://treccani.it/vocabolario/multitasking/>

³ cfr. <https://it.wikipedia.org/wiki/Multitasking>

⁴ cfr. l’articolo di C. Cecutti, *Fare una cosa alla volta ti fa vivere meglio, ciao ciao Multitasking*, al sito <https://www.mbenessere.it/benessere-psicofisico/articoli-benessere-psicofisico/fare-una-cosa-alla-volta-ti-fa-vivere-meglio-ciao-ciao-multitasking/>

⁵ cfr. l’articolo di E. Miller, *Here’s Why You Shouldn’t Multitask, According to an MIT Neuroscientist*, al sito <https://fortune.com/2016/12/07/why-you-shouldnt-multitask/>

Con lo sviluppo delle nuove tecnologie siamo stati inoltre invogliati a poter pensare di svolgere più attività nello stesso tempo, e in molti casi sono state proprio le diverse rivoluzioni tecnologiche succedutesi nell'ultimo ventennio che ci hanno permesso di sfruttare sempre più questa possibilità: si può cucinare mentre si parla al telefono o si messaggia con qualcuno, e intanto si butta un occhio alle notizie del giorno in TV; si può studiare o lavorare ma allo stesso tempo chattare con amici o svolgere una qualsiasi attività online; si può fare un acquisto con il telefono, ordinare del cibo in *delivery*, effettuare un bonifico mentre si è su un mezzo di trasporto eccetera eccetera... .

“Con l'avvento di smartphone e tablet, l'idea che il multitasking rappresenti il picco massimo della produttività si è diffusa al punto da diventare un requisito quasi imprescindibile, soprattutto in ambito lavorativo.”⁶ Anche Fabris, in *La società post-crescita*, dedica un paragrafo al rapporto tra la società del multitasking e internet e i nuovi mezzi di comunicazione:

Proprio mentre scrivo un autorevole quotidiano titola a tutta pagina “Online la giornata dura fino a 36 ore”: riporta i dati di uno studio di Cisco System che ha messo sotto osservazione le operazioni che ogni giorno vengono compiute simultaneamente online. Nella giornata digitale si naviga sul Web, si parla al cellulare, si ascolta la musica in Rete, si chiacchiera con Skype, un occhio a Facebook, più ricerche su Google, si fanno acquisti, si gira per negozi, si mandano e ricevono e-mail e tante altre cose insieme. Nel 2013, avvisa Cisco, la giornata digitale sarà lunga esattamente il doppio della giornata reale, analogica: sarà cioè di 48 ore, calcolando appunto che molte incombenze si svolgono nello stesso istante. Il *multitasking* sembra divenire l'emblema di questa epoca: nell'articolo si legge “qua la corsa è tutta contro l'orologio, la sfida non è macinare chilometri ma riempire l'agenda di cose fatte, già guardando anche quelle da fare”. (Fabris, 2010)

Per andare meglio ad approfondire e contestualizzare queste riflessioni espresse da Fabris sul tema dell'utilizzo di internet e dei social media nel 2010, sono di seguito riportati in maniera esemplificativa degli articoli di quegli anni che hanno fotografato il panorama delle preferenze e dei modi d'uso del web contestualmente a quel periodo, da cui sono stati estrapolati alcuni dati utili alla nostra analisi.

Per cominciare, si è di seguito preso in esame quindi un articolo di Fanpage del 18 Gennaio 2011 nel quale vengono riportate le statistiche sull'utilizzo di Internet nel 2010. Si legge nel sommario “Le statistiche sull'uso di internet parlano chiaro: con la *Social Revolution* e la diffusione di siti come Twitter e Facebook, gli internauti hanno toccato quota 1,97 miliardi.”⁷.

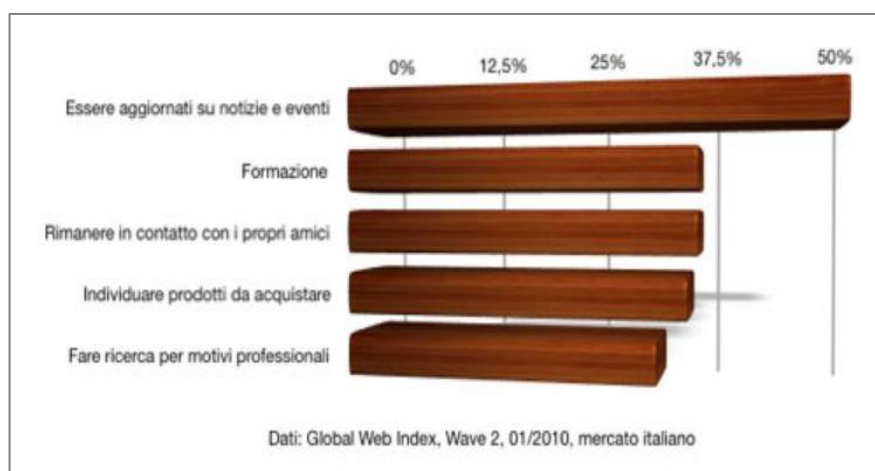
⁶ cit. <https://www.mbenessere.it/benessere-psicofisico/articoli-benessere-psicofisico/fare-una-cosa-alla-volta-ti-fa-vivere-meglio-ciao-ciao-multitasking/>

⁷ cfr. l'articolo di M. Maaroufi, *Social Media Revolution: statistiche sull'utilizzo di Internet nel 2010*, al sito <https://tech.fanpage.it/social-media-revolution-statistiche-sullutilizzo-di-internet-nel-2010/>

Oltre al traffico delle e-mail, specie in ambiente domestico e lavorativo, e alla visita dei siti web, si parla di *Social Media Revolution* in quanto Facebook ha guadagnato 250 milioni di utenti e Twitter 100 milioni. Facebook, lo conferma anche una ulteriore indagine del Dicembre 2010, “risulta essere il social network preferito da 115 paesi sui 132 analizzati.”⁸.

Ma perché è così importante parlare di social media e del loro utilizzo in questa sede? Nel blog *We are Social*, Stefano Maggi cerca di analizzare in un suo articolo il comportamento degli italiani sui social media, rendendo esplicite le motivazioni che li spingono all'utilizzo di essi, e indicandoci quali siano i canali social maggiormente utilizzati. Per farlo, nel suo articolo del 20 Luglio 2010 *Statistiche: l'Italia e i social media*⁹, si serve delle statistiche e dell'analisi del "*Global Web Index 2010*" di Trendstream e di una ricerca di Nielsen, una società globale di misurazione e analisi dei dati che offre una visione circa consumatori e mercati in tutto il mondo.

Riportiamo di seguito delle tabelle che forniscono spunti interessanti per la nostra analisi:



Circa metà degli italiani quindi utilizza i *social media*, per informarsi e tenersi aggiornati, poi a seguire quasi a pari merito ci sono coloro che utilizzano questi strumenti per motivi di formazione o per rimanere in contatto con la propria rete di contatti, e a seguire un consumatore ogni tre li utilizza per individuare, valutare, prodotti da acquistare. Seguono coloro che usano i media per effettuare ricerche personali.

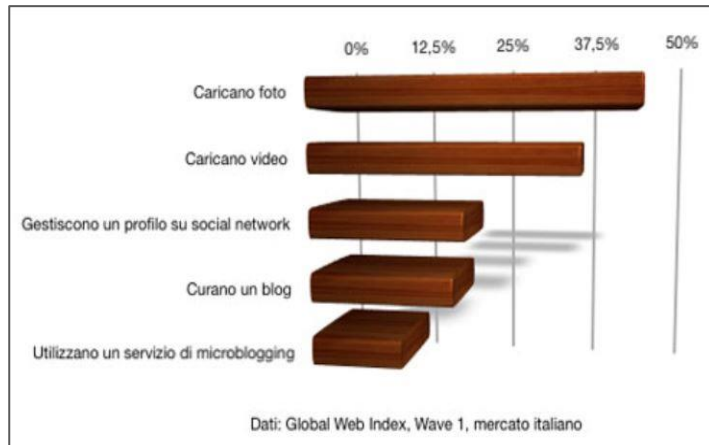
⁸ cfr. l'articolo di V. Cosenza, *La Mappa dei Social Network nel mondo (Dicembre 2010)*, al sito <https://vincos.it/2010/12/10/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-dicembre-2010/>

⁹ cfr. l'articolo di S. Maggi, *Statistiche: l'Italia e i social media*, al sito <https://wearesocial.com/it/blog/2010/07/statistiche-litalia-social-media>

Social Network Usage By Country / Feb 2010 Home & Work	
Country	Time per Person (hh:mm:ss)
Average	5:27:33
Italy	6:27:53
Australia	6:25:21
United States	6:02:34
United Kingdom	5:50:56
Spain	4:50:49
Brazil	4:27:54
France	4:12:01
Germany	3:47:24
Switzerland*	3:26:00
Japan	2:37:07

Source: The Nielsen Company

*home only



Andando poi più nello specifico possiamo notare, grazie ai dati che ci sono forniti dalla società Nielsen, che i *social network* sono senza dubbio i *social media* maggiormente utilizzati (come Facebook, che come già abbiamo appurato in precedenza nel 2010 risulta essere la piattaforma social con il maggiore incremento di iscritti). Inoltre, i *social network* sono tra le soluzioni più interessanti per gli italiani, che ci portano a classificarci infatti nell'analisi come "il paese che trascorre più tempo sui social network, con 6 ore e 27 minuti al mese per persona. Il trend è in crescita: tre mesi prima di questa rilevazione, il tempo medio trascorso sui social network era di 6 ore."¹⁰

Le modalità di interazione risultano varie: dalla gestione di blog e microblogging, che rimangono comunque le attività meno inflazionate, alla creazione e condivisione di contenuti personali, fotografie quindi e video, magari dell'ultimo viaggio o dell'ultima festa di compleanno, della cena con il partner o dell'ultimo vestito acquistato e così via.

Il tempo impiegato per queste attività quindi, se non investito in maniera assoluta nella navigazione online su queste piattaforme, sarà un tempo condiviso in *multitasking*, contemporaneamente a una miriade di altre attività giornaliere.

Un mix tra vita privata e pubblica, ma soprattutto una forma molto raffinata e non immediatamente percettibile di creazione di uno spazio-tempo "altro" da quello che percepiamo lineare nella vita di ogni giorno, che ha una dimensione tutta sua. Un tempo quindi parallelo,

¹⁰ cfr. <https://wearesocial.com/it/blog/2010/07/statistiche-litalia-social-media>

uno spazio di interazione ben diverso da quello reale, in cui poter mostrare solo ciò che si vuole e costruire un'immagine di sé non per forza sovrapponibile alla propria in tutto e per tutto.

In realtà è già precedentemente all'avvento stesso della *World Wide Web*, e quindi di gran lunga prima ancora della nascita dei *social network* (che portano inoltre con sé tutta una serie di altre conseguenze sul nostro modo di vivere di cui si discuterà in seguito) che si è cominciato a riflettere circa il rapporto tra tempo e mezzi di comunicazione, in particolare sulla trasfigurazione dello spazio-tempo di cui questi sono spesso e volentieri responsabili.

La comunicazione a distanza consentita dai nuovi strumenti e tecnologie ha fatto emergere alcuni fenomeni che sono stati ulteriormente potenziati, dando occasione agli scienziati sociali di coniare espressioni sintetiche che hanno avuto una notevole diffusione. (Gasparini, 2009)

Giovanni Gasparini nel suo volume *Tempi e ritmi della società del 2000*, riporta tutta una serie di teorie e riflessioni che sono nate nel secolo scorso e in un certo senso hanno predetto il nostro presente. Il sociologo canadese Marshall McLuhan negli anni Sessanta elaborò ad esempio l'idea di "villaggio globale", partendo da una riflessione sulla televisione come strumento di comunicazione di massa che va a ristrutturare le relazioni spazio-temporali. David Harvey negli anni Settanta parlerà di "compressione spazio-temporale", alludendo a uno degli effetti definiti da Gasparini "più pervasivi ingenerati dalla velocità degli strumenti di comunicazione, che diffondono una percezione o sensazione di contrazione dello spazio e di analogo riduzione del tempo tra i soggetti comunicanti" (Gasparini, 2009).

E ancora, Anthony Giddens nel 1994 parlerà di *deembedding*, e cioè "decontestualizzazione" o "disinserimento", per indicare che le nuove tecnologie della comunicazione estraniavano i soggetti da un contesto locale per proiettarsi in un ambito interattivo indefinito, o ai "non-luoghi", come li ha chiamati l'antropologo Marc Augé nel 1992, spazi cioè che risentono degli effetti della delocalizzazione e di omologazione culturale, connessi in molti casi all'uso di mezzi di trasporto e di comunicazione contemporanei.

Le società contemporanee postindustriali sono profondamente permeate nel loro stesso carattere da flussi di comunicazione (informazioni, immagini e suoni) e da movimenti nello spazio (spostamenti di persone e cose) che per la loro rapidità e/o tendenziale simultaneità rappresentano un formidabile fattore di ridefinizione e trasformazione [...] (Gasparini, 2009)

E ancora più nello specifico, Gasparini ci parla proprio di una nuova esperienza della temporalità "accessibile a livello generale, diffuso e pervasivo nei nostri sistemi", conseguente

a diversi fattori che caratterizzano la modernità contemporanea come la connettività complessa o iperconnettività, intesa come fitta rete di interconnessioni e interdipendenze caratteristiche della vita sociale moderna: fattori enumerati, come appunto riportato da Gasparini, dal sociologo inglese John Tomlinson nelle sue riflessioni sulla globalizzazione. A proposito della temporalità, quindi:

Un altro aspetto decisivo di essa che viene sottolineato da riflessioni recenti della letteratura sociologica indica gli effetti della realizzazione di una società in rete o network society come l'attuale (cfr. Castells 1996) a livello di continuità incessante nell'accesso e nella fruizione nel tempo: una società nonstop per la quale è stato coniato nel mondo anglosassone il simbolo numerico 24/7 a indicare il funzionamento e l'accessibilità di servizi e aree del sociale 24 ore su 24, 7 giorni su 7, e dunque senza alcuna soluzione di continuità (cfr. Hassan, Purser cur. 2007).

Ora, è innegabile che si siano moltiplicati nella vita sociale contemporanea - e in modo particolare in Nord-America - servizi e agenzie che in vari settori operano in continuo, secondo una logica incessante di funzionamento della società; ed è evidente che la diffusione generalizzata di strumenti come il computer, la rete internet e il telefono cellulare ha potenziato questa tendenza anche a livello dell'esperienza quotidiana dei singoli attori: ma non si tratta, a ben guardare, di una problematica nuova in assoluto. Negli anni Ottanta un sociologo americano, Murray Melbin, aveva posto in modo esplicito il tema della "colonizzazione del tempo" a tutte le fasce temporali e in particolare della notte, sposando l'ipotesi ottimistica che in futuro ciascuno grazie ai progressi della medicina avrebbe potuto scegliere se lavorare di notte o di giorno e prevedendo - questo in effetti si è dimostrato realistico - un processo di progressivo ampliamento dell'utilizzo delle fasce temporali ancora poco utilizzate dalle società contemporanee. (Gasparini, 2009)

Gasparini chiuderà questo paragrafo ricordando inoltre come, contemporaneamente a queste riflessioni che venivano fatte oltreoceano, Gino Martinoli in Italia, animatore del Censis, aveva proprio stimolato delle riflessioni illuminanti su quelli che sarebbero potuti essere gli sviluppi e gli scenari della "società permanentemente attiva", così come l'aveva chiamata, affermando inoltre che in molti, anche specialisti, hanno ignorato questa locuzione che "nonostante la sua pregnanza e chiarezza è rimasta confinata nel nostro paese" (Gasparini, 2009).

È chiaro quindi, arrivati a questo punto, che in molti potevano già immaginare in anni non sospetti che sviluppi avrebbe avuto la società moderna a distanza di decenni e decenni, che appunto cominciava ostinatamente già allora ad andare nella direzione dell'accelerazione, dell'iperconnettività e dell'invasione di qualsiasi spazio temporale (anche notturno, appunto) nell'ottica di una richiesta costante di produttività: quello che ovviamente all'epoca era difficile da prevedere sarebbero state le conseguenze. Ciò che è successo in fin dei conti è che, come già affermato in precedenza, il progresso tecnologico ha portato ad uno sviluppo sempre più intenso e inarrestabile di certi processi, fino ad arrivare alla possibilità di moltiplicare fasce temporali attraverso il fenomeno del *multitasking*, nato ed aiutato sì dalle nuove tecnologie, ma oramai

riconcepito come stile di vita o stile operativo da trasferire a sempre più ambiti della nostra esistenza, con tutte le conseguenze che si porta dietro.

1.3 La richiesta di rallentamento, ritorno alle radici e autenticità.

Sullo sfondo della descrizione di una società sempre più veloce, dinamica, accelerata, iperconnessa, e chi più ne ha più ne metta, nel 2010 Fabris si sofferma su quello che scrive essere “il grande trend emergente” (Fabris, 2010) che va proprio nella direzione opposta a quella sinora descritta: non è tanto che le persone vogliano che questa “giostra” si fermi, ma piuttosto il fatto che abbiano cominciato a prendere coscienza del disagio che inizia a procurare questo *modus vivendi*.

Quello che viene effettivamente chiesto è la presa di distanza dalla concitazione sociale, e dall’accelerazione di ogni momento della nostra esistenza “per ritrovare dimensioni del tempo che sia l’individuo, in una dimensione non nevrotica, a gestire, e non il tempo a gestire l’individuo. Richiesta di rallentamento non significa l’arrocco nella dimensione storica e aristocratica del vivere un’altra epoca, il rifiuto delle tecnologie, e neppure la velocità in alcuni momenti e in alcune aree della vita. Significa poter disporre di una *molteplicità di tempi* dove il tempo rallentato, il tempo che ha ritmi e modalità diversi da quelli egemoni ha diritto di cittadinanza.” (Fabris, 2010).

Le persone chiedono sempre di più di avere del tempo da dedicare a loro stesse, degli spazi in cui apparentemente non fare niente, sottratti invece all’agitazione e a ritmi dietro i quali è sempre più difficile stare. È una richiesta di rallentare, si chiedono pause, soste. Ci sono tante cose di cui potremmo fare a meno, la nostra vita ne è piena, e c’è una parte della popolazione, una “massa critica” (Fabris, 2010) che ha cominciato a prenderne atto. Cassano parla di “gusto della sosta e dell’intervallo, la profondità che può scaturire da un pensiero non ridotto a uno strumento di produzione, quel perdere tempo che permette di signoreggiare il tempo” (Cassano, 2001). Fabris parla di un progetto, quello della rivendicazione del tempo della vita, del proprio tempo, che resta comunque di difficile realizzazione in quanto siamo tutti bene o male consapevoli di essere inseriti all’interno di una macchina dai ritmi disumani. Non è che si debbano però rifiutare tutte le velocità, in quanto ci sono delle aree dove l’essere spediti facilita la nostra vita. Bisogna invece riappropriarsi di quel tempo che ci viene saccheggiato, sarebbe il

caso di liberarsi di quelle velocità che ci vengono imposte e che non aggiungono tempo alla nostra esistenza ma appunto, lo derubano.

Rapidità e simultaneità quindi riguardano non solo il tempo in senso stretto, ma anche i flussi di comunicazione e i movimenti nello spazio, come appunto abbiamo avuto modo di capire finora. Accanto perciò alla richiesta di un tempo più disteso, fa sentire la sua voce anche quella di un ritorno alle proprie radici.

In una società che ha delineato nella mobilità, nel suo andare costantemente e freneticamente avanti il suo orizzonte, sostare per riannodare il legame con le proprie radici può apparire anche anacronistico, ma è un *sentiment* in continua espansione. L'autenticità, perché qui il vero lo si (ri)conosce da sempre; il noto, che ha la forma rassicurante del buono; i rapporti personali [...] hanno tutti lo spessore che altrove si è perso. [...]. La lentezza è quella del *tempo ritrovato* di altre vite, non scandita dagli orologi e capace anche di dilatarsi trasformando i momenti in ore [...] i sapori buoni dell'infanzia, odori e suoni [...] un lessico familiare [...] (Fabris, 2010).

Fabris ci ricorda che nella nostra epoca ci autodefiniamo spesso e volentieri come *cittadini del mondo*, ed in effetti se pensiamo alle facilitazioni che abbiamo oggi sia a livello di tempi che di costi nel viaggiare da un posto all'altro non solo del nostro paese, ma dell'Europa e del mondo, e se pensiamo a quanto modaiolo sia diventato negli ultimi decenni andare a mangiare etnico, abbiamo tutti i presupposti per affermare che questo autodefinirci tali collimi con la realtà.

Tuttavia da un'altra parte gli individui sembrano andare nella direzione della riscoperta delle proprie radici e quindi della propria identità. Un "recupero" che "coinvolge cose, relazioni, ambiente, memorie, un'antropologia della quotidianità che, anche se non si recupera in toto, si osserva adesso con attenzione e rispetto." (Fabris, 2010). Si ricercano insomma le emozioni autentiche, legate al proprio territorio e ovviamente alle proprie memorie. Torna il bisogno di riallacciarsi a quei legami veri, indissolubili, della nostra infanzia, che ci fanno sentire al sicuro, in quanto come afferma Bauman "la compagnia e la società possono anche essere cattive la comunità no... la comunità è un luogo caldo." (Bauman, 2007).

I *social network* in questo caso non sono altro che una dimostrazione del fatto che quello della comunità è un "bisogno profondo, incompressibile dell'esistenza umana" (Fabris, 2010). Si utilizzano non solo per creare gruppi di interesse, finalizzati alla realizzazione di un obiettivo comune (ad esempio per dibattere su di un tema specifico o riunire *fanbase* di propri idoli dello *star system*, magari per creare *live action* ad un concerto), anzi: nei primi anni del boom di Facebook nascevano soprattutto gruppi e microgruppi per il semplice piacere di ritrovarsi e

stare insieme, come ad esempio i vari gruppi classe del liceo nostalgici per organizzare la cosiddetta “pizzata”, o pensiamo anche ai gruppi delle comitive storiche dei luoghi di vacanza estiva, nonché ai molti familiari lontani e sparsi per il mondo che possono ritrovarsi in questo modo come cugini di terzo, quarto grado e così via.

In questo senso indubbiamente *social network* come Facebook hanno consentito e consentono tuttora di poter rimanere in contatto con il mondo di ieri, “mondo lontano ma dolce nella memoria” (Fabris, 2010).

Tornare alle radici quindi, al “tempo ritrovato di altre vite”, significa anche tornare a quello che più percepiamo come autentico. E quello dell’autenticità intesa come “veridicità, trasparenza, coerenza, affidabilità, onestà” (Fabris, 2010) è un valore sempre più centrale e desiderabile in questo momento storico, che si ricerca in sé stessi, nelle relazioni che instauriamo con gli altri, ma anche nei prodotti (si pensi a quelli alimentari, più di tutti), in un brand di cui vogliamo fidarci e da cui non vogliamo essere delusi perché in un mondo dove tutto sembra precario e instabile, soggetto a veloci e imprevedibili cambiamenti, si sente il bisogno di verità.

L’autenticità è considerata un valore anche riferita a sé stessi e agli altri con cui si è in relazione [...]. È il desiderio di essere *veramente se stessi, di legami veri, di sentirsi contornati da presenze non artefatte*. [...] L’individuo è certo consapevole di dover indossare, come ha così bene esplorato Goffman, *una serie di maschere sociali* durante la vita di ogni giorno. [...] Ma le maschere sociali non possono essere così tante e così pervasive da finire per oscurare la propria identità, da farla persino perdere di vista anche quando l’individuo è solo e non ha più bisogno di mediare con gli altri. Il desiderio di essere veramente sé stessi, di potersi liberamente esprimere senza che questo implichi troppe frizioni sul piano degli obblighi sociali. La presa di distanza da una società superegoica dove gli impegni e le convenzioni sociali finiscono per distogliere dalle proprie, più genuine scelte ed orientamenti. Sempre più evidenti sono le evidenze dell’indisponibilità ad uniformarsi a modelli conformisti ed eterodiretti e a volere interpretare la *società del casting* (De Rita), della volontà invece di parteciparvi con ruolo che più corrisponde senza troppe finzioni al proprio modo di essere. (Fabris, 2010)

Una manifestazione di questo trend ad esempio possono proprio essere i *social network* di oggi, che molto più dei Reality Show che si sono spacciati per rappresentanti dell’autenticità, esigono che ci sia integrità in quello che si comunica di essere. Al di là di tutte le contraddizioni del caso: la rete di contatti su Facebook che ci creiamo, i nostri Amici sui *social*, è oppure non è la rete dei nostri *veri* Amici? Abbiamo già parlato inoltre della possibilità che si ha attraverso questi strumenti di poter rappresentare un’immagine di sé costruita, che non corrisponda al vero sé nella vita di ogni giorno, ben diversa da quella reale. Tuttavia, non ci siamo domandati una

cosa: la costruzione di un sé inautentico, funziona? Come viene percepita dalla *community*, da una comunità quindi che, che dir si voglia, è sempre più attenta a riconoscere la veridicità e l'autenticità nelle persone e/o cose (quindi anche nei prodotti), proprio perché bersagliata dai cosiddetti *fake*. È stato dimostrato in molti casi che l'essere autentici è il primo passo verso il successo, nelle relazioni personali, in quelle lavorative, ma anche e forse soprattutto nel mondo delle apparizioni pubbliche, perché no, anche nello star system, dove è finita l'era dell'artefatto, del personaggio che incarna un divo costruito ed estremamente distante dal suo pubblico. Le persone sono sempre più attratte dall' "acqua e sapone". Se ti presenti per quello che non sei, anche sui *social*, prima o poi verrà fuori, e quello dello smascheramento è un rischio che non si può correre, perché rompere un legame fiduciario è pericoloso e fa sì che la relazione divenga irrecuperabile. C'è una fascinazione per l'autentico, si pensi alla curiosità che hanno le persone di entrare nel backstage delle vite dei vip, ad esempio, nelle loro case, alle loro cene, attraverso i *social*. Ma questo non è più vero solo per i vip, bensì per tutti. Nell' "*imperfezione*" c'è la "testimonianza dell'autenticità" (Fabris, 2010). E i *social network*, con tutte le potenziali contraddizioni del caso, ne sono una dimostrazione valida.

1.4 Un futuro auspicato di cambiamenti e controtendenze.

Nel capitolo conclusivo di *La società post-crescita*, Giampaolo Fabris immagina una società futura, quella appunto della post-crescita, come una società rinnovata, dall'economia e dai ritmi sostenibili. In riferimento nello specifico agli aspetti della sua trattazione di cui mi sono più occupata in queste pagine, e cioè il rapporto con il tempo, la volontà di recupero delle proprie radici e la ricerca dell'autenticità, si riporta di seguito la descrizione della società di un futuro prossimo al 2010 (una decina di anni dopo, quindi il nostro 2020), così come Fabris si augurava, immaginava, credeva che sarebbe stata.

Egli ci propone un modello sostenibile di marketing, un modello di per sé anche di vita, quello del *marketing mediterraneo* (teorizzato da degli studiosi e ricercatori dell'Università Bocconi di Milano), in contrapposizione a quello non più sostenibile dell'*American way of life* che ci ha sottoposto alla pressione del "Fast and Furious". Una proposta che nasce da una consapevolezza maturata grazie ai risultati dell'analisi che egli conduce nel suo libro che dimostrano che trend quali la richiesta di un rallentamento dei ritmi di vita, quella di un ritorno

alle radici e della ricerca dell'autenticità, sia nel mondo dei consumi sia nel mondo delle relazioni, sono in netta crescita: l'*American dream* è un sogno che si è infranto. Quel tipo di modello di funzionamento della società ha fallito, è in declino, non può più darci nulla e neanche restituirci quello che ci ha tolto.

Parlare di un modello *mediterraneo*, riferendoci quindi per lo più agli aspetti analizzati fino a questo punto, significa parlare di un recupero di valori che appartengono al "macroluogo" geografico del Mediterraneo, così definito dallo storico francese Fernand Braudel. Il Mediterraneo può essere visto infatti come "una fenditura della crosta terrestre, con ghirlande di montagne altissime; è suddivisibile in più parti: il mar Nero, l'Egeo, l'Adriatico e il Tirreno, a cui corrispondono le diverse terre che vi si bagnano: la penisola balcanica, l'Asia Minore, l'Italia, il complesso iberico, l'Africa del Nord. È poi possibile tracciare una frontiera intermedia, che va da Corfù e dal Canale di Otranto fino alla Sicilia e alle coste della Tunisia: a est l'Oriente, a ovest l'Occidente." (Braudel, 2002).

Parliamo indubbiamente di multiculturalità, perché il "*mare nostrum*" è sempre stato luogo di incontro (e in passato anche scontro-incontro) tra mondi. È luogo di mediazione e contaminazione tra culture diverse. È la "terra di mezzo" (Fabris, 2010). Si parla anche di marketing meridiano perché viene riscoperto un "Sud rimosso" (Cassano, 1998) del mondo, o ancora meglio, un Sud-Est. Esso è infatti una "identità complessa [...] espressione dei tanti" paesi "che si affacciano sul Mediterraneo." (Fabris, 2010). È un pensiero che "non nasce tra gli oceani" (Fabris, 2010).

È una questione geografica e culturale, specie se pensiamo che è stata finora la scuola nord-americana a dettare teorie e approcci al marketing. La società americana è la società dei consumi e dell'intrattenimento, "i grandi successi americani sono prodotti e frammenti di stili di vita nati in America, per gli americani, che esprimono la cultura americana" (Bucci, 2006), ovviamente una cultura molto lontana da quella della mediterraneità. Per motivi di ereditarietà culturale, un modello mediterraneo non solo di marketing, ma anche di vita appunto, andrà a rivalorizzare la lentezza e la misura, senza cadere nella spirale della bulimia dei consumi e dei ritmi più che accelerati di vita. Esso privilegerà il tempo rallentato, andrà a valorizzare la tradizione (si pensi appunto ai legami con le radici di cui parlavamo prima, radici che possiamo intendere come storiche, affettive, e ovviamente territoriali) e il localismo, andrà alla riscoperta dell'autenticità. Si andrà a valorizzare l'individuo, la persona, il sé, e ovviamente parlando del marketing nello specifico della persona in quanto consumatore e delle relazioni e dei rapporti umani che egli

intratterrà all'interno del mondo del mercato. E quando si parla di modello mediterraneo del marketing si ripensa anche a un nuovo modello di lavoro, ad esempio a partire dalla fase primissima della produzione: un diverso modo di lavorare più dedito alla lentezza che non alla velocità, lentezza intesa come cura, attenzione ai dettagli, applicazione dei saperi antichi (Fabris, 2010). Dedicarsi anche al lavoro quindi con anima e cuore, e non in maniera alienante.

Vivere “mediterraneamente” non è altro che una presa di distanza quindi da tutto quello che abbiamo capito risultare velenoso per noi: il *just in time*, l'usa e getta, la velocizzazione di tutti gli aspetti della nostra vita, il mordi e fuggi, la fretteolosità, il *multitasking* (non si potrà di certo fare qualcosa con cura se si faranno più cose contemporaneamente), etc. Abbiamo parlato a lungo di tempo, del tempo perso, del tempo ritrovato e di come la nostra società soffra della “mancanza di tempo”, soprattutto dal punto di vista del tempo per sé, da dedicare alla meditazione, alle riflessioni, il tempo per l'*otium* inteso appunto come lo intendeva Seneca, quello dell'introspezione.

E ancora una volta, non si parla del rifiuto aprioristico del *fast*, di una velocità utile in molti casi alla nostra esistenza. Si parla della coesistenza di una “*molteplicità dei tempi*” che “propone il rallentamento del tempo come vera e nuova frontiera” (Fabris, 2010).

Chi sarà quindi l'individuo del modello mediterraneo? Fabris dedica le ultime righe del suo libro alla descrizione di quest'ultimo.

“Un individuo che scopre che ciò che c'è di meglio nella vita non si acquista al mercato, e che sono le relazioni con gli altri, con gli amici, con chi si/ci ama a regalarci in prima battuta quei piccoli piaceri che ci rendono felici. È il rapporto con il compagno/ la compagna, con i figli – che non può essere l'impegno marginale di una vita frettolosa rivolta alla carriera e all'accumulo di merci, ma che deve essere una presenza costante, che necessita tempo – in cui si deve davvero investire perché è tempo di vita. Tempo anche per leggere, per ascoltare la musica, per giocare, per immergerci nell'arte e nel bello che abbiamo avuto la fortuna di avere tanto copiosi in questo Mediterraneo; tempo da dedicare ai nostri svaghi preferiti [...]. Tempo per imparare, per scoprire, per fare ricerca, per crescere, per realizzare il più possibile le tante nostre potenzialità soffocate [...]. Tempo per fare all'ammore con tutte le ore, e non frettolosi istanti, che richiede, per scambiarsi coccole e tenerezze, per stare bene con il corpo e con sé stessi, per scrivere poesie d'amore. Un ritrovato rapporto con la natura in cui immergersi, con cui vivere a stretto contatto, da amare e rispettare per consegnarla intatta a quei posteri che ci garantiscono l'immortalità.” (Fabris, 2010).

Un individuo quindi che cerchi, trovi e coltivi del tempo per le proprie emozioni, riassumerei.

Questo lo scenario che Fabris immagina entro i dieci anni dalla pubblicazione del suo libro, un fermo immagine di una società che ha cura di ciò che la circonda, che ne vive appieno,

valorizzandoli, tutti gli aspetti. Una società dove è il tempo la risorsa più importante, tempo da dedicare alla propria esistenza in tutte le sue declinazioni.

Ma dove siamo davvero arrivati nel 2020, quali e quanti passi abbiamo effettivamente mosso in questa direzione? Ci siamo riappropriati del tempo? O ci siamo ritrovati ancora di più soffocati da esso? Che tipo di rapporto abbiamo con le tecnologie, con il mondo e l'universo dei *social* che ci catapultano in uno spazio-tempo a parte, le stiamo dominando o ci lasciamo dominare da esse? Quanto ancora siamo *multitasking*, e che effetto continua ad avere sulla qualità della vita di ogni giorno? Abbiamo recuperato il legame con le nostre radici, facendo incontrare passato e presente e allo stesso tempo ritrovando quei luoghi in cui “il tempo si ferma”, poiché sono i luoghi dei legami indissolubili e delle tradizioni millenarie che ci appartengono? Ci sentiremo più autentici e ci saremo circondati di autenticità? Sceglieremo prodotti autentici, relazioni autentiche, compiremo scelte autentiche? Apprezzeremo l'autenticità di un paesaggio, di una città, sapremo viverne il tempo, il ritmo fino in fondo, la tradizione, o continueremo a saccheggiare le bellezze del nostro territorio e del mondo solo per il gusto di dire “ci sono stato”, magari condividendo un *selfie* sui *social network*?

Ma soprattutto, quanto sarà *slow* il nostro modo di vivere piuttosto che *fast*, per avere il tempo di porci tutte queste domande?

CAPITOLO II

La vita e i consumi nel decennio 2010-2020: tempo libero, social media e scelte alimentari degli italiani.

2.1 La società del 2020 dieci anni dopo i buoni auspici: dove eravamo rimasti, dove siamo arrivati.

Nel precedente capitolo ho cercato di fornire una descrizione e un'analisi di stampo per lo più sociologico della società contemporanea con riferimento particolare al 2010, anno in cui Giampaolo Fabris ha pubblicato il testo *La società post-crescita*, mio riferimento bibliografico da cui ho appunto estrapolato le riflessioni dell'autore e di molti suoi colleghi, contemporanei e non, circa diverse tematiche che sono l'oggetto di analisi di questa tesi.

Si è analizzato il rapporto che l'uomo ha con il proprio tempo, oberato da mille occupazioni e preoccupazioni, impegnato a svolgere quante più attività possibili contemporaneamente, in *multitasking*, e si è potuto constatare come nel 2010 si facesse strada tra le persone una sempre crescente richiesta di avere più tempo, nello specifico tempo libero per sé e per gli affetti della propria vita. Abbiamo potuto osservare come alcuni dei progressi tecnologici degli ultimi decenni abbiano impattato sulle nostre vite non sempre migliorandole qualitativamente. Abbiamo compreso il peso che tali sviluppi tecnologici e specialmente informatici hanno avuto sul nostro quotidiano e sulle nostre abitudini, fino a modificarli radicalmente, come l'arrivo dei *social network*, un dispendio spesso enorme di tempo ed energie, nonché, ai giorni nostri, massimi rappresentanti della diffusione di una modalità di vivere e una mentalità *multitasking*: chatto con un'amica mentre parlo con mia madre, cerco notizie di attualità e intanto do un'occhiata alla tracciabilità della mia cena in arrivo in *delivery*.

Come già accennato in precedenza, si è però constatato come, di fronte ad una società iper-veloce, le persone avessero già nel 2010 cominciato a manifestare il desiderio di una inversione di rotta, e alcuni dati rispetto alle loro scelte nei consumi, lo avevano testimoniato: ad esempio

nel turismo, dove si era palesata una tendenza a preferire agriturismi come mete per le proprie vacanze piuttosto che viaggi caratterizzati da una modalità di turismo “mordi e fuggi”; anche nei consumi alimentari si era potuto constatare un ritorno alla rivalutazione dei prodotti e delle attività a km 0, evidentemente ritenuti più ecosostenibili, autentici, con la conseguenza anche di un “localismo rivisitato” (Fabris, 2010), della riscoperta delle proprie radici e tradizioni.

Una parvenza di ritorno allo *slow*, ad un ritmo più lento e mediterraneo, piuttosto che al *fast*, di matrice nordatlantica, stile di vita senza dubbio meno sovrapponibile alle nostre radici culturali. Si è parlato quindi proprio di riscoperta delle radici e dell’autenticità come trend sempre più in crescita negli ultimi anni della prima decina del duemila, che sembrava volesse diffondersi a macchia d’olio su più settori e ambiti della nostra vita. Così, a conclusione delle sue riflessioni e della sua analisi, Fabris presenta la proposta di un modello di marketing più sostenibile e compatibile con la nostra storia, le nostre radici, i ritmi e i tempi dell’uomo e, non ultimo per importanza, il nostro pianeta: quello del *marketing mediterraneo*, teorizzato da un gruppo di studiosi e ricercatori dell’Università Bocconi di Milano.

Sulla base quindi dell’analisi dei nuovi trend in crescita, che facevano emergere sempre più l’esigenza di rallentamento e distanziamento dai ritmi frenetici ad ogni livello della nostra società, Giampaolo Fabris nel 2010 immaginava che entro una decina d’anni da allora questo modello di marketing, ma sostanzialmente di vita, avrebbe preso il sopravvento e ridisegnato le sorti della nostra società, nell’ottica di un futuro più sostenibile ed etico che andasse a rivalutare la lentezza e la misura nei consumi come nei legami sociali, che cercasse il bene comune, riscoprisse l’autenticità delle cose e il ruolo della tradizione, privilegiando in tutto ciò un approccio dialettico con il consumatore. Immaginava che l’uomo avrebbe recuperato il tempo per sé, per le proprie emozioni, per le proprie relazioni e che il tempo per l’*otium*, per la meditazione e la riflessione, sarebbe tornato ad essere considerato non più tempo buttato, perso, bensì “tempo di vita” (Fabris, 2010).

Così, nell’ultima parte del capitolo precedente, ci eravamo lasciati con molti interrogativi, riassumibili in un’unica grande domanda: le caratteristiche del futuro sperato e auspicato da Fabris, appartengono o meno al nostro presente, e cioè il futuro prossimo delle riflessioni e delle speranze riportate dall’autore nel capitolo conclusivo del suo libro *La società post-crescita?*

Senza dubbio alcuni passi avanti sono stati mossi in questa direzione, e sicuramente vi è una più chiara coscienza e consapevolezza rispetto a certe tematiche, quella ambientale prima tra tutte.

Negli ultimi anni, infatti, sono aumentate a dismisura le proteste contro i cambiamenti climatici, in particolar modo gruppi di giovani e giovanissimi in tutto il mondo hanno aderito all'iniziativa di Greta Thunberg, ideatrice del movimento studentesco internazionale *Fridays For Future*, una ragazza svedese divenuta ormai leader indiscussa delle proteste nonché simbolo mondiale nella lotta ai cambiamenti climatici. Sempre crescente è stata la diffusione di prodotti biologici ed ecologici, dalla cosmetica ai prodotti per la casa a quelli alimentari; molte aziende sono andate nella direzione dell'ecosostenibilità e della responsabilità verso l'ambiente, informando i propri *stakeholders* e consumatori anche attraverso campagne di *corporate communication*; e così via... Siamo di fronte ad una chiara presa di posizione da parte della popolazione mondiale, schierata sempre più al fianco dei comitati scientifici internazionali, che non hanno mai smesso di comunicare dati per nulla incoraggianti circa l'attuale situazione climatica e ambientale a livello mondiale. Anche se le coscienze si sono risvegliate infatti, con la conseguenza di un attivismo sempre maggiore, non vuol dire che i problemi siano stati risolti.

Al di là della parentesi ambientale, che come vedremo in seguito ha comunque avuto delle ripercussioni non da poco anche sulla scelta dei consumi alimentari delle persone che hanno cominciato a boicottare alcuni prodotti, ad esempio quelli contenenti olio di palma, costringendo la maggior parte delle aziende che facevano uso di questa sostanza (si pensi anche al celebre prodotto della Ferrero, la Nutella) a rinunciarvi e ad applicare sull'etichetta del prodotto la scritta "Senza olio di palma", sotto tanti altri aspetti non si può affermare che ci sia stata una vera e propria rivoluzione: le città non hanno cambiato volto, sono rimaste luoghi caotici, affogate più che mai da un surplus di pubblicità, bar e baretto, vetrine, auto, traffico, smog, dove le aree pedonali, anche nei centri storici, non hanno superato quelle a traffico intenso; né il turismo di massa si è placato, responsabile di deturpare città e paesaggi un tempo incontaminati e da tutelare; la rivalutazione di tutto ciò che è locale non è avvenuta fino in fondo, probabilmente anche perché arrivati a questo punto, come avremo modo di approfondire in seguito, seppur apprezzando e riconoscendo il valore del km 0 e della sua filosofia, da un lato non siamo evidentemente pronti a rinunciare a tutto ciò che il mercato globalizzato, in questo caso alimentare, ci ha messo a disposizione (si pensi ai prodotti esotici o prodotti, come

le banane, che non sono mai state e mai saranno a km 0), e dall'altro lato le tecnologie ci portano a ripensare a delle eventuali soluzioni che potrebbero essere più attuali e che vadano ad affiancare o integrare il concetto del km 0, soluzioni che non scontentino il consumatore globalizzato, ma che siano più sostenibili e che proprio nuove implementazioni tecnologiche nel campo agricolo ci mettono a disposizione da qualche anno. Se quindi nell'alimentazione e nella cura del sé sembrerebbe siano stati mossi passi avanti, le contraddizioni sono comunque dietro l'angolo, e avremo modo di discutere di ciò in seguito: insomma, non si può affermare che, a dieci anni dalle previsioni ottimistiche di Giampaolo Fabris, viviamo nell'era della sostenibilità.

Ritornando più nello specifico a quei temi che sono stati oggetto centrale della mia analisi nel capitolo precedente quindi, cosa possiamo dire circa le previsioni e gli auspici di Fabris?

In primo luogo che non abbiamo di certo recuperato un sano rapporto con il tempo. Si può dire anzi che grazie alle implementazioni che si sono avute su varie applicazioni *social*, lo spazio e il tempo siano andati in un certo senso a moltiplicarsi ancora di più, spesso e volentieri trasfigurando quello reale del presente, come vedremo in seguito, e creando vere e proprie "storie" di vita parallele. Secondariamente, le nostre vite non sono affatto meno veloci e meno frenetiche. Siamo stati poi capaci di prendere il tempo dell'*otium* (quello che sarebbe da dedicarsi alla meditazione, a uno spazio personale, alle proprie riflessioni) e riconvertirlo in tempo produttivo, come meglio spiegherò successivamente: "la meditazione in funzione di". Riusciamo sempre meno a staccarci dai nostri dispositivi elettronici (che oramai, come era stato predetto, ci rubano anche le ore notturne, specie alle generazioni più giovani). L'autenticità e le radici non sono state effettivamente riscoperte, probabilmente perché non ce ne siamo dati il tempo, siamo stati distratti e non ci siamo accorti di quanto potesse essere fondamentale per noi, oppure abbiamo continuato a subire la fascinazione dell'esotico e dell'"altro", spesso per mera moda, e di rado per ampliare i nostri orizzonti culturali.

Tuttavia, all'alba di questo 2020 qualcosa è cambiato: da Dicembre 2019 si è infatti propagato a partire dalla Cina il Covid-19, come è più comunemente conosciuto, una malattia infettiva respiratoria causata dal virus denominato SARS-CoV-2, appartenente alla famiglia dei Coronavirus. Dal momento che il virus si è diffuso nell'arco di circa due/ tre mesi in tutto il mondo, l'OMS, Organizzazione Mondiale della Sanità, si è vista costretta a dichiarare lo stato di pandemia globale. La maggior parte dei paesi del mondo così, tra cui l'Italia, hanno avviato la fase di *lockdown*, termine che sta ad indicare le misure di contenimento messe in atto per

fronteggiare l'emergenza. Queste misure hanno previsto, in Italia come in altri paesi del mondo: isolamento, limitazione delle entrate e delle uscite da una delimitata zona, chiusura delle attività non considerate primarie. Una situazione drammatica, indubbiamente, dal punto di vista sanitario: a causa della scarsa disponibilità negli ospedali di posti dedicati alla terapia intensiva, con il conseguente alto numero di morti in tutto il mondo; economico: in quanto ha causato un immobilismo dei mercati e una crisi senza precedenti almeno dal secondo dopoguerra; e non da ultimo umano: per la sofferenza dovuta alle perdite dei propri cari, nonché delle tante persone che si sono trovate ad affrontare questa malattia. Più in generale, è stato un vero e proprio stravolgimento delle nostre abitudini, uno sconvolgimento delle nostre vite, un coatto "Big Ben ha detto Stop". È chiaro quindi che tutto quello che è accaduto da Febbraio 2020 in poi (mese dal quale son cominciate a partire le misure di contenimento in maniera graduale) non può essere tenuto in considerazione nella nostra analisi dei "dieci anni dopo *La società post-crescita* di Fabris", ma verrà approfondito adeguatamente nel terzo capitolo di questa tesi, dove appunto confronteremo i dati del "pre-Covid" con quelli della piena "Fase 1" dell'emergenza, quelli quindi del *lockdown*, dati di una società che in pochissimo tempo, come vedremo in seguito, ha cambiato improvvisamente volto sotto molti degli aspetti centrali in questo mio studio. D'ora in poi quindi porterò avanti nel corso di questa tesi un'analisi della nostra società usando come prospettive nonché indicatori di riferimento tre fattori: il rapporto tra l'uomo e la dimensione temporale in cui è calato, con riferimento anche al modo in cui esso sia stato ulteriormente modificato dalle nuove tecnologie di cui oggi disponiamo; le abitudini alimentari degli italiani, che possono essere un valido indicatore di un effettivo o meno recupero delle nostre radici culturali e dell'autenticità delle nostre scelte; i *social network* e il rapporto che abbiamo con essi oggi, ancora più che dieci anni fa, alla luce delle molte funzionalità in più a nostra disposizione. *Social* che, oltre ad essere oggetto di studio di questa tesi saranno anche lo strumento che più di tutti riuscirà a fornirci un'istantanea del panorama sinora descritto.

In questo capitolo, prendendo come riferimento il decennio appena trascorso 2010-2020 fermandomi a Gennaio 2020 incluso (che considero quindi il mese spartiacque prima dell'emergenza sanitaria mondiale), si approfondiranno nello specifico le seguenti questioni: il tema del tempo e del rapporto che oggi abbiamo con esso, specie in relazione alla qualità e quantità di tempo libero a nostra disposizione, anche alla luce delle conseguenze che i nuovi *social media*, con le loro aggiornate funzionalità, hanno su di esso e sulle nostre vite; il tipo di impatto che i *social network* (verranno presi in considerazione più specificamente Instagram e

Facebook) hanno sulla nostra vita, la dipendenza che abbiamo da essi, il modo in cui ci raccontiamo e ci rappresentiamo attraverso essi, cosa condividiamo e come lo condividiamo; le abitudini alimentari degli italiani e le loro preferenze e scelte, sia entro le mura domestiche che fuori, in quanto, come anche già anticipato prima, considero questo un indicatore utile a più livelli della mia analisi: in primo luogo perché dal cibo e dalle scelte alimentari si comprendono spesso trend e direzioni della società, specie in quella italiana, dove più che mai se si parla di “mangiare” ci si prende sempre sul serio; in secondo luogo perché oltre che dalle statistiche ufficiali, molti dati rispetto alle nostre abitudini e preferenze alimentari provengono dai *social* (che come ho già detto utilizzerò come strumento di analisi ulteriore) che sono diventati infatti il palcoscenico anche delle nostre cene e scelte culinarie, con tanto di *hashtag* trendy dedicati unicamente al cibo; infine, ribadendo il concetto che ho già espresso in precedenza, perché lo considero un valido ed efficace indicatore di quell’auspicato ritorno alle radici e all’autenticità che vale la pena di andare a misurare per capire se ciò che Fabris ipotizzava sarebbe avvenuto si è poi effettivamente verificato, totalmente, affatto o parzialmente: scelgo lo *slow* o il *fast*? tradizionale o esotico? l’ *homemade* o il confezionato? Tutti questi temi saranno quindi approfonditi nei prossimi paragrafi.

2.2 L’impiego del tempo e la ricerca della lentezza nella società contemporanea.

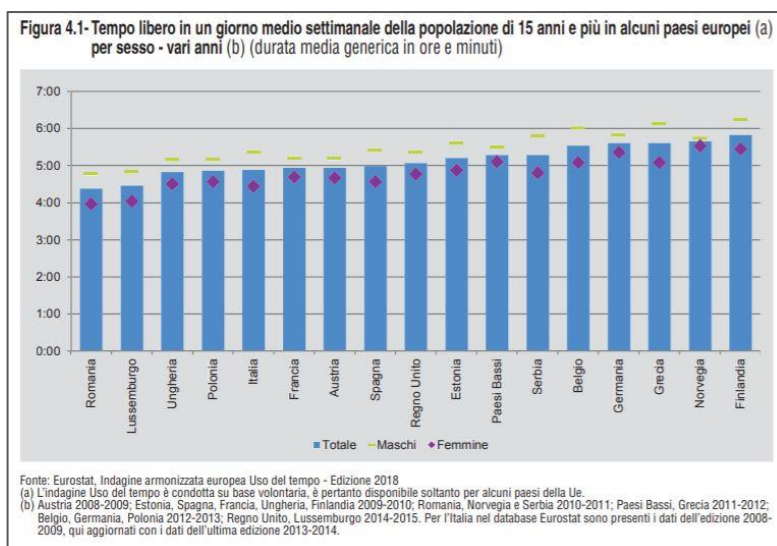
La nostra società, dopo dieci anni dalle considerazioni di Fabris, rimane ancora una società veloce e frenetica. Nonostante quelle tante e percepibili evidenze di una volontà di distanziamento da un’esistenza accelerata e distruttiva che emergevano con grande frequenza dalle ricerche nel 2010, possiamo affermare che non sono stati fatti grandi passi avanti: non siamo andati nella direzione del rallentamento, non ci siamo riappropriati del “nostro tempo” e non abbiamo realmente capito a fondo che “la lentezza non è il passato della velocità ma anche il nostro futuro”, che “bisogna imparare a star da sé e aspettare in silenzio, ogni tanto essere felici di avere in tasca soltanto le mani” o che concedersi del tempo significa “suscitare un pensiero involontario e non progettante, non il risultato dello scopo e della volontà, ma il pensiero necessario, quello che viene su da solo, da un accordo tra mente e mondo.” (Cassano, 2005). Al contrario, continuiamo ad annegare nelle nostre mille occupazioni, e siamo arrivati ad una tale saturazione che nonostante ce ne siamo resi conto, perché continuiamo a constatare

con rammarico di avere poco tempo per noi stessi o quasi di non averlo affatto, lo abbiamo praticamente accettato andando alla ricerca di soluzioni per tamponare e rendere più vivibile il susseguirsi delle ore frenetiche di ogni giorno, piuttosto che provare a cambiare le nostre abitudini e i nostri ritmi. Questo probabilmente perché cominciare a fare scelte simili implicherebbe un disallineamento rispetto a quelli che poi sono i ritmi ancora imposti dalla società. Evidentemente le persone percepiscono che si tratta di un cambiamento che può partire solo in parte da loro stesse, che sono pur sempre individui calati in realtà socioeconomiche con un determinato funzionamento, alle quali volendo o meno, ci si deve adattare.

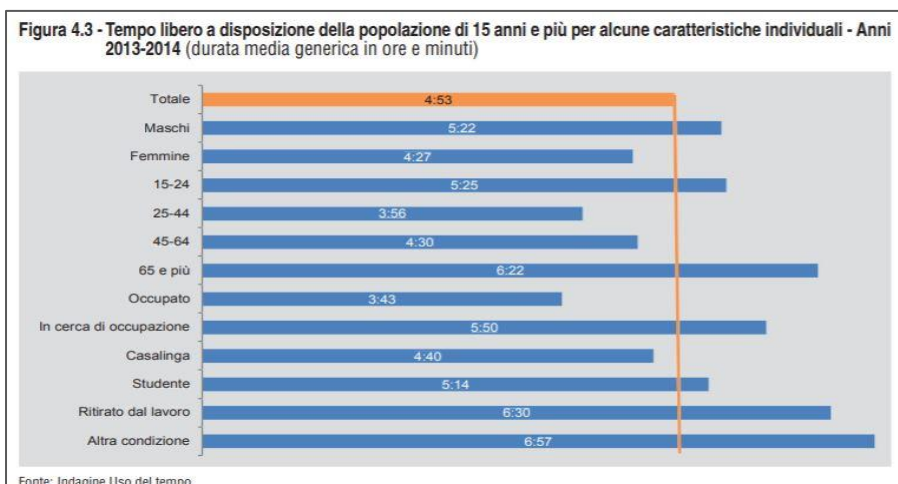
Dal nuovo rapporto ISTAT del 2019 *I tempi della vita quotidiana. Lavoro, conciliazione, parità di genere e benessere soggettivo* emerge che l'Italia è uno dei paesi in cui le persone dispongono di meno tempo libero secondo un'indagine che ha visto coinvolti più paesi europei, come approfondiremo in seguito. L'Istituto Nazionale di Ricerca dichiara che l'indagine *Uso del Tempo* rappresenta una base informativa indispensabile, in quanto come esplicitato nell'introduzione del documento pubblicato "Il tempo è un concetto complesso, che investe vari aspetti della vita delle persone. Da una parte se ne percepisce la scarsità: la velocità con cui la società, la tecnologia e il lavoro evolvono crea un continuo senso di affanno per gli individui, stretti tra i molteplici vincoli di una vita quotidiana sempre più densa di impegni. D'altra parte il tempo è anche tra tutte le risorse la più democratica: a differenza di altre, infatti, esso è ripartito equamente tra tutti, avendo ognuno di noi a disposizione le stesse 24 ore al giorno". Per l'Istituto è da attribuire al tempo e quindi a questa indagine sempre maggiore valore al fine di ottenere un quadro d'analisi chiaro rispetto allo stato di benessere delle persone sul suolo italiano (stato di benessere determinato quindi anche dall'uso che si fa del proprio tempo nonché dalla qualità di quest'uso), da cui dipende inevitabilmente anche la produttività di un paese in quanto, si legge sempre nell'introduzione del documento "Il valore che il tempo può assumere è immediatamente traducibile in termini monetari nel momento in cui viene investito nel mercato del lavoro".

Ci soffermiamo ora sulla quantità e qualità di tempo libero di cui dispongono i nostri connazionali, che secondo il sistema di classificazione europeo delle indagini uso del tempo, include le seguenti attività: partecipazione sociale e religiosa, vita sociale, divertimenti e attività culturali, riposo e tempo vuoto, sport, caccia pesca e altre attività all'aperto, arti e passatempi, informatica e comunicazione, giochi e fruizione di mass media (letture, tv e musica). Per osservare meglio la situazione riportata dall'analisi condotta dall'Istituto, si forniranno di

seguito anche alcuni dei grafici tratti dal documento fornitoci dall'ISTAT. Ovviamente, sono da tenersi in considerazione diversi fattori nell'osservazione di queste classificazioni, come le differenti combinazioni degli stili di vita, la situazione del mercato del lavoro per ciascun paese o la condizione femminile nei vari paesi: ad esempio, nonostante i segnali positivi registrati negli ultimi anni, il nostro paese si conferma come uno dei più distanti dall'equilibrio sia nei tempi di lavoro tra uomini e donne a causa dei bassi tassi di occupazione femminile, sia nella condivisione dei carichi di lavoro domestico da parte degli uomini e, in ultimo, anche nelle forti resistenze culturali al superamento dei ruoli di genere specie nelle regioni meridionali e negli strati meno istruiti della popolazione.



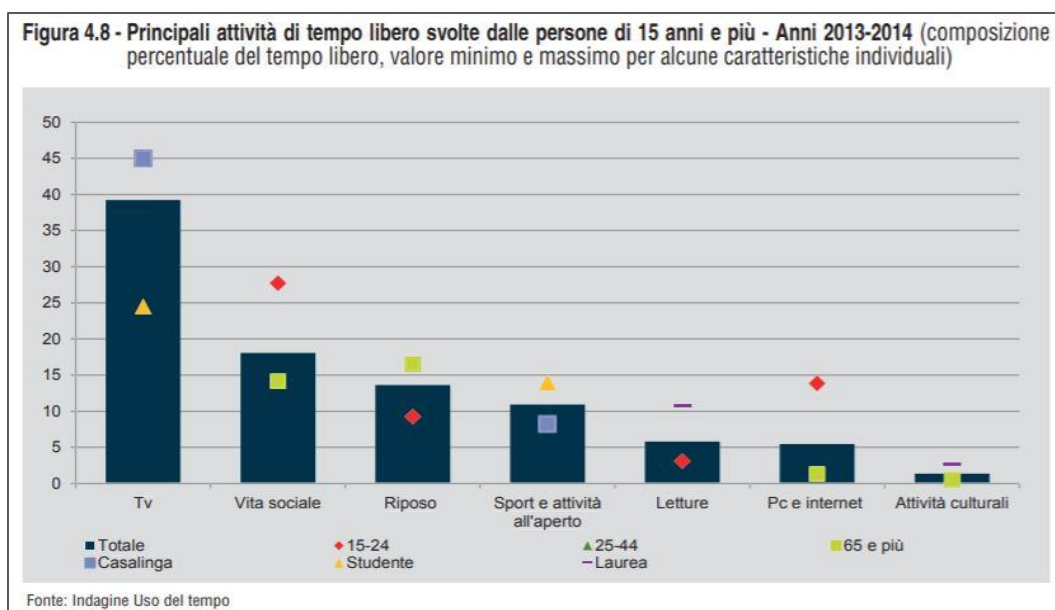
Come si può osservare, l'Italia nel 2014 si colloca al quint'ultimo posto con 4 ore e 53 minuti circa, tra la Polonia e la Francia, a pari livello con l'Austria. La distribuzione di questo tempo però, come vediamo di seguito, risulta essere poco omogenea a causa delle caratteristiche individuali che impattano non poco sulla quantità di tempo libero a disposizione.



Se andiamo inoltre ad accavallare alcune caratteristiche ci rendiamo conto di come ci siano persone che in effetti soffrono di più il fatto di non avere tempo per sé, come le madri dai 25 ai 44 anni occupate, che hanno quasi la metà del tempo libero a disposizione rispetto al dato generico per l'Italia riportato sopra. La situazione è ancora più complessa se poi pensiamo che, nonostante dal grafico si evinca che giovani dai 15 ai 24 anni o persone adulte dai 65 anni in su dispongono di una quantità di tempo libero maggiore, questo tempo non è sempre percepito come tempo di qualità: “Nell’ultimo decennio la crisi che ha colpito l’economia europea ha visto diminuire la quota del tempo dedicato alle attività lavorative dal complesso della popolazione, tuttavia ciò non sempre si è tradotto in un effettivo allargamento del tempo libero individuale. Ci sono, in effetti, alcuni soggetti in costante “fame di tempo”, pressati da un oggettivo sovraccarico di tempi obbligati derivante dalla sovrapposizione di più ruoli (si pensi alle madri occupate sovraccariche di lavoro, per altri (ad esempio anziani o giovani inoccupati) si riscontra invece un’eccedenza di tempo disponibile. Una parte della popolazione sperimenta così una sensazione di disagio per la gestione della propria vita quotidiana definita scarsità di tempo, che corrisponde non solo a uno stato di carenza effettiva di tempo libero, ma anche alla sensazione di inadeguatezza rispetto alla pressione temporale (Luhmann, 1971; Pagano, 2011). Mentre un’altrettanta ampia fetta di popolazione sperimenta il problema del cosiddetto tempo vuoto, ossia un ammontare di tempo che non riesce ad essere percepito come tempo libero e viene speso nell’inattività o nello svolgimento di attività passive e poco soddisfacenti (ad esempio guardare la tv).” (ISTAT, 2019). Insomma, seppure si è registrato un leggero aumento del tempo libero di alcune porzioni della popolazione negli ultimi anni, questo non deve fare

pensare ad un tempo libero di qualità, che come ci siamo detti già in precedenza ha tutt'altro valore e dovrebbe essere “condito di ingredienti diversi” rispetto a quelli che leggiamo qui.

Le ore serali sembrano essere quelle maggiormente destinate al proprio tempo libero, in generale per quasi tutte le fasce di età, ma ovviamente dipende in gran parte dal ciclo di vita delle persone nonché dalle abitudini personali. Rimanendo quindi sempre circoscritti ad una indagine italiana, in riferimento alla scelta delle modalità di impiego del proprio tempo per l'anno 2014, e considerando sempre l'eterogeneità del campione “italiani”, ben rappresentata dal grafico che segue (infatti è da tenere presente ad esempio come ci sia per i giovani, rispetto alle persone più anziane, un effetto sostituzione tra l'uso di Pc e internet e altre attività di tempo libero come la tv, il riposo e le letture tradizionali. Lo studio infatti analizza la composizione del tempo libero dei giovani del 2014 rispetto alla stessa generazione campione di studio nell'edizione 2002, generazione che destinava al Pc e a internet circa il 4,9 per cento del proprio tempo libero. Di fronte a un incremento di circa 9 punti percentuali, si registra principalmente un'erosione del tempo dedicato alla tv (-3 punti percentuali), di quello dedicato alla vita sociale (-2,8 punti percentuali) e del tempo dedicato ad altri passatempi e giochi tradizionali (-1,5 punti percentuali), mentre lettura e attività culturali non sembrano essere attività di tempo libero particolarmente colpite da un effetto sostituzione con l'uso di Pc e internet, i valori rimangono infatti pressoché costanti.) il quadro che si prospetta è più o meno questo:

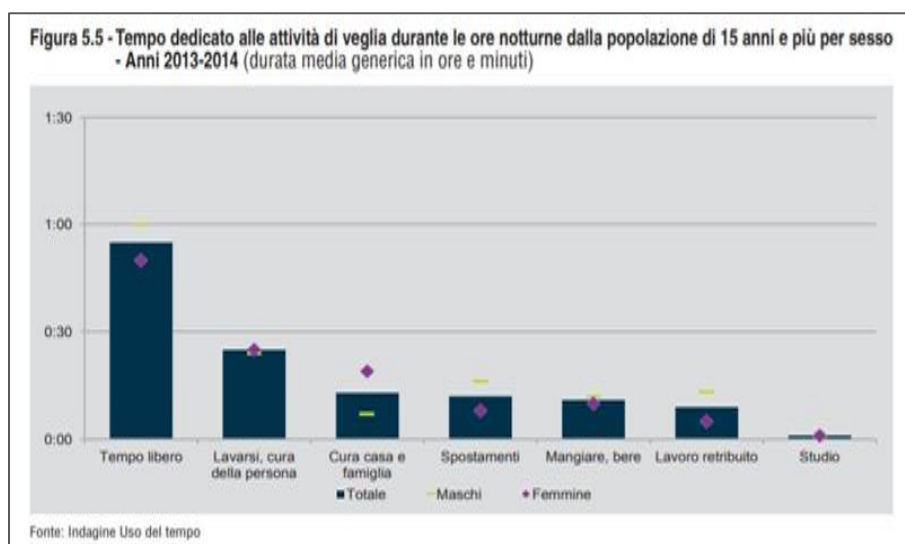


L'evidenza è comunque che chi dispone di molto tempo libero come gli anziani, lo impiega per oltre il 60% in attività di tempo vuoto o passivo, come riposare o guardare la televisione.

Dallo studio ISTAT emerge inoltre un dato di nostro particolare interesse, quello delle attività svolte in contemporanea e quindi delle attività in *multitasking*, appunto, che a breve andremo ad approfondire. Ad ogni modo, riferendoci all'impatto della quotidianità sul benessere soggettivo possiamo affermare che “sebbene tutti i momenti in cui vengono svolte attività di tempo libero ottengono un giudizio di piacevolezza superiore alla media assegnata al complesso della giornata, quelli giudicati più piacevoli sono in primo luogo quelli in cui si svolgono attività culturali. [...] Ottengono un punteggio superiore alla media delle attività di tempo libero anche i momenti trascorsi giocando, praticando sport o attività all'aperto, dedicando tempo ai propri hobby e alla vita sociale, sotto la media, invece, il tempo trascorso utilizzando Pc e internet” dato particolarmente interessante ai fini della nostra analisi, in quanto nonostante per la maggior parte del nostro tempo libero siamo dipendenti dai nostri *personal computers* o *smartphones*, “per tutti il massimo del punteggio sulla piacevolezza del tempo viene raggiunto nei momenti passati con gli amici, a conferma che riuscire ad avere contatti diretti con la propria rete elettiva è un indiscusso fattore di benessere.” (ISTAT, 2019).

Altro dato particolarmente interessante che emerge dalla ricerca riguarda l'utilizzo del tempo notturno a nostra disposizione: quando non si dorme, in che attività impieghiamo il nostro tempo? Ci ricollegiamo così alla riflessione di un sociologo americano degli anni '80, Murray Melbin, riportata nel precedente capitolo. Egli aveva ipotizzato una “colonizzazione del tempo a tutte le fasce temporali e in particolare della notte, sposando l'ipotesi ottimistica che in futuro ciascuno grazie ai progressi della medicina avrebbe potuto scegliere se lavorare di notte o di giorno e prevedendo – questo in effetti si è dimostrato realistico – un processo di progressivo ampliamento dell'utilizzo delle fasce temporali ancora poco utilizzate dalle società contemporanee.” (Gasparini, 2009). Ebbene, ancora una volta ci riferiamo ai dati del 2013-2014 dell'analisi ISTAT, che ci dimostrano che la maggior parte delle dieci ore notturne vengono impiegate per dormire, ma quando le persone non dormono il quadro risulta essere più o meno questo: “le persone di 15 anni e più trascorrono in un giorno medio settimanale il 79,0 per cento delle ore notturne dormendo (7h54'), delle circa due ore che rimangono il 9,2 per cento è dedicato al tempo libero (55'), il 6,0 per cento alla cura personale (36') - di cui l'1,8 per cento (11') al mangiare - e il 4,2 per cento all'igiene personale (25'). Il lavoro familiare, il lavoro retribuito e lo studio occupano solo il 3,8 per cento delle ore notturne. Gli uomini rispetto alle

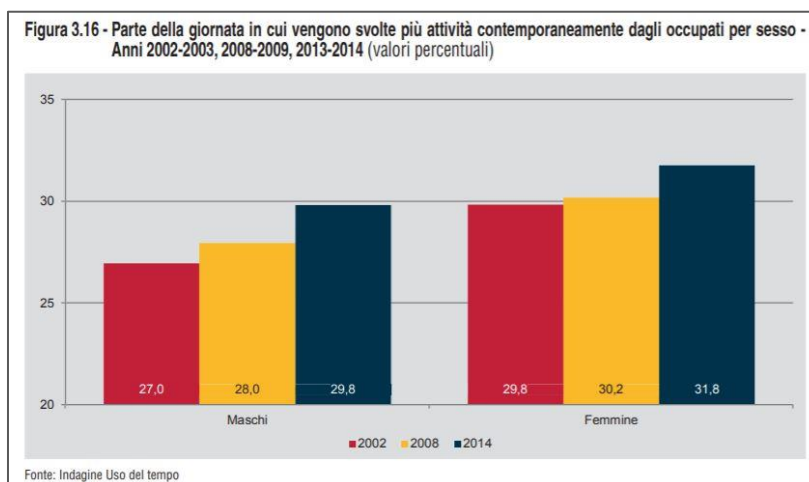
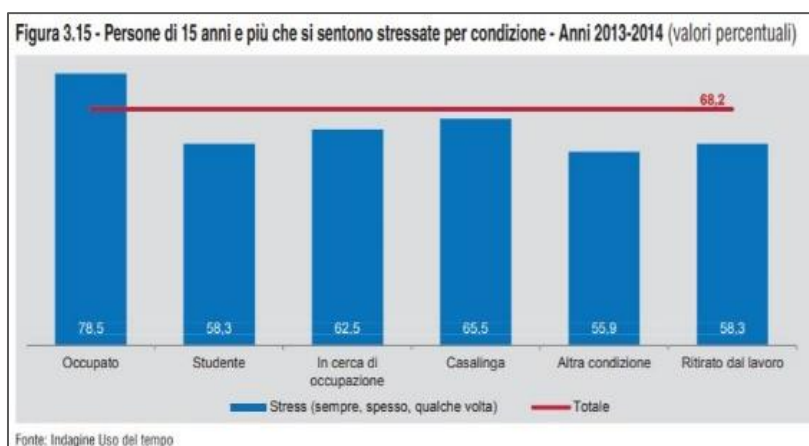
donne dedicano il tempo sottratto al sonno maggiormente al tempo libero (1h contro i 50' delle donne) e al lavoro retribuito (13' contro 5'), le donne a loro volta dedicano più tempo al lavoro familiare (19' contro i 7' degli uomini) mantenendo anche nella fascia serale le tradizionali divisioni dei ruoli. Oltre la metà del tempo libero notturno (31') è trascorso davanti alla tv, percentuale che arriva al 69,8 per cento sia per le casalinghe che per le persone di 65 anni e più. La parte del tempo libero rimanente viene dedicato alla socializzazione (18,2 per cento), alla lettura (7,3 per cento) - che arriva al 12,5 per cento solo tra i laureati - e all' uso di Pc/internet (3,6 per cento). Nel caso dei giovani tra i 15 e i 24 anni stare online occupa il 6,7 per cento del tempo libero notturno.” (ISTAT, 2019). Tutto questo ancora meglio esplicitato nel grafico che si riporta di seguito.



Per quello che concerne i dati sullo *stress* e sulle attività svolte in *multitasking*, i numeri relativi agli anni successivi al 2010 dimostrano che ovviamente a soffrire maggiormente di *stress* da sovraccarico di attività giornaliere sono gli occupati, che durante la giornata si trovano ad “interagire con il proprio lavoro e/o con quello del partner, con le esigenze dei figli, la pianificazione del proprio tempo libero e con gli orari di uffici e negozi. [...] Infatti la gestione della vita quotidiana è la principale fonte di stress per il 16,4 per cento degli occupati che hanno difficoltà nel conciliare il lavoro retribuito con le altre attività quotidiane che si è costretti ad affrontare.” (ISTAT, 2019). Ampio spazio nell’analisi ISTAT è dedicato al tema del *multitasking*, cui si è dedicata un’analisi già nel precedente capitolo di questa tesi.

Oltre al ritmo della giornata, possiamo analizzare anche la sovrapposizione delle attività, utilizzando come indicatore di multitasking il numero medio di episodi giornalieri in cui sono descritte anche attività svolte contemporaneamente alla principale; tale indicatore è una misura di densità del tempo a disposizione e, di conseguenza, una misura dello stress. Circa il 95 per cento della popolazione ha compilato almeno per un episodio la colonna nella quale si chiedeva “Che cos’altro sta facendo? Indichi l’attività contemporanea più importante” 16. In media gli occupati hanno circa 5 episodi al giorno in cui dichiarano di svolgere più attività contemporaneamente. Come evidenziato in numerosi studi sul multitasking, sono maggiormente le donne a utilizzare tale strategia per fare di più in meno tempo: il 31,8 per cento degli episodi della loro giornata in cui potevano indicare più attività, sono effettivamente impegnate a fare più cose contemporaneamente, contro il 29,8 per cento degli episodi degli uomini (Figura 3.16). Sia uomini che donne nell’ultimo decennio hanno aumentato la parte della giornata in cui agiscono in modalità multitasking di circa due punti percentuali, evidenziando come sia aumentata la densità delle giornate. (ISTAT, 2019)

Si riportano di seguito due grafici esplicativi dei dati ISTAT sopraelencati: il primo si riferisce allo stato di *stress* delle persone per condizione; il secondo confronta i dati dal 2002 al 2014 su alcune attività giornaliere svolte dai nostri connazionali in *multitasking*.



Come già ampiamente dimostrato in precedenza, quello del *multitasking* non è un effetto particolarmente benefico sulle nostre vite, che sia in ambiente lavorativo, che sia in ambiente domestico. Molte sono le evidenze a favore di questa tesi, e per quanto nel 2010 ci si auspicasse un cambiamento nell'arco di una decina d'anni circa, la situazione non è migliorata, ma in parte peggiorata, specie se pensiamo a quanto i nostri *smartphone* contribuiscano alla causa. Secondo un articolo che risale infatti al Giugno 2017, qualche anno dopo le rilevazioni ISTAT, dal titolo "L'intruso: il *multitasking* nell'era della distrazione"¹¹, oltre al sovraccarico generato dalle mille occupazioni di ogni giorno, un'ulteriore fonte generatrice di stress da *multitasking* è da considerarsi la permanente compresenza dei nostri dispositivi elettronici a qualsivoglia attività della vita quotidiana. Nell'articolo si legge "La verità è che la dipendenza digitale è in assoluto la più trasversale delle dipendenze. Abbiamo il telefono sempre in mano, aspettiamo il semaforo per rispondere ai messaggi e, ancor peggio, non guardiamo più in faccia chi ci parla. Neanche i nostri figli." e ancora "[...] La capacità di fare più cose contemporaneamente è di certo una risorsa e una competenza, ma l'exasperazione di questa "abilità", ci ha resi incapaci di focalizzarci su una cosa alla volta. L'era della distrazione, infatti, non è altro che l'evoluzione negativa del tanto ammirato concetto di multitasking. Il 47% dei professionisti individua come causa principale delle interminabili riunioni di lavoro, i partecipanti continuamente distratti dai propri cellulari. Ma il dato più preoccupante è che il 62% dei bambini sente di non avere la completa attenzione dei propri genitori quando parla. E indovinate perché? Perché guardano spesso il cellulare!". Come già affermato in precedenza inoltre, le conseguenze sulla nostra psiche quando ci si abitua a gestire più attività nello stesso momento non sono da meno: maggiore inclinazione all'ansia e alla depressione, fatica a focalizzare i pensieri e a organizzare e stabilire delle priorità. Uno studio condotto dalla *Stanford University* e un altro condotto dalla *University of London* hanno evidenziato che si tende a perdere la capacità di filtrare le informazioni importanti, diventando, paradossalmente, meno efficienti e più lenti. E come già appreso in precedenza, si verifica addirittura un calo del quoziente intellettivo di ben 15 punti, sempre secondo questi studi.¹²

Dov'è finito allora quel tempo che le persone tanto reclamavano? Il tempo da dedicare alla riflessione, ai pensieri e alle emozioni, agli affetti, a sé stessi, a una camminata in armonia con ciò che ci circonda, e basta? Il tempo per "fermare il tempo" non lo abbiamo ricavato, anzi:

¹¹ cfr. <http://www.familyandmedia.eu/internet-e-social-network/lintruso-il-multitasking-nellera-della-distrazione/>

¹² cfr. <https://www.humanitas-care.it/news/multitasking-davvero-un-pregio/>

proprio negli ultimi anni sta prendendo piede quella che da molti viene definita una moda, e cioè la pratica della meditazione, importata e appresa dalle culture orientali; “si potrebbe affermare che questa grande diffusione di tecniche meditative stia avvenendo per appagare il bisogno, sempre più presente nell’essere umano, di fronteggiare una vita frenetica, nella quale un bombardamento di impulsi sensoriali sta mettendo a repentaglio la serenità che caratterizzava i tempi passati, sfociando in una situazione di forte stress fisico, emotivo e mentale”¹³, probabilmente più che una moda sta divenendo appunto un’esigenza, proprio per fronteggiare lo stress e liberarsi delle scorie che accumuliamo e abbiamo la necessità di espellere ogni giorno. Talvolta, inoltre, questo tempo che dovrebbe essere semplicemente dedicato alla cura di sé stessi, viene riconvertito in tempo produttivo, e cioè si medita al fine di essere più prestante e resistente nella vita di ogni giorno, per migliorare le mie performance in ambito lavorativo, ottenere una carriera brillante, una vita brillante eccetera: potenzialmente un ulteriore *stress*, se non si riesce nell’intento o a portare avanti in modo giusto questa pratica. Molte figure di *coaching* stanno cominciando a “istruire” personale nelle aziende in tal senso, molti video su Youtube e molti libri suggeriscono la meditazione tra le tante tecniche di autoaiuto, a volte guidata a volte no. Sicuramente utile per molti versi, dall’altra parte si corre il rischio di far diventare anche un qualcosa che di per sé non dovrebbe essere servile alla sopportazione degli *stress* cui siamo giornalmente sottoposti, uno strumento riparatore di tutti quei pesi di cui siamo sobbarcati ogni giorno. Quello della meditazione dovrebbe invece essere un momento liberatorio e di arricchimento della propria anima, della propria vita, da vivere “lentamente” e in modo da concederci “tutto il tempo di cui abbiamo bisogno” a tale scopo, anche perché la meditazione intesa come pratica vera e propria, non è per nulla qualcosa di semplice a cui approcciare, e c’è bisogno di molto tempo per apprendere effettivamente le modalità migliori che esistono per ciascuno di noi.

Come riportato dal documento ISTAT di cui ci siamo serviti in questo primo paragrafo, a proposito del valore della qualità e della gestione del proprio tempo, è importante ricordare che “una vita quotidiana soddisfacente è il risultato di un delicato equilibrio, legato non solo alla possibilità di conciliare i cosiddetti tempi obbligati, cioè quelli dedicati alla gestione della casa e della famiglia, al lavoro retribuito o allo studio [...] ma anche alla possibilità di godere di spazi di discrezionalità e/o di recupero da dedicare a se stessi, una volta espletate le attività di cura personale (dormire, mangiare, ecc.). In questo senso il tempo libero, cioè quella quota di

¹³ cfr. <https://espertidellasalute.it/meditazione-moda-o-bisogno/>

tempo che gli individui possono dedicare ad attività scelte liberamente, non soggette ad altri vincoli imposti dall'esterno (fatta salva la propria capacità di spesa), non finalizzate a lucro e considerate fonte di piacere e/o di riposo, rappresenta una delle dimensioni che più incidono sulla qualità della vita delle persone (Belloni, 1998).” (ISTAT, 2019).

Purtroppo, ancora oggi, nel 2020, non siamo stati capaci di afferrare questi concetti e interiorizzarli per davvero, o comunque non riusciamo a cambiare, senza neanche il bisogno di stravolgere eccessivamente le nostre vite, i nostri comportamenti e le abitudini consolidate di giorno in giorno fino ad oggi. Basterebbe riprovare l’“ebrezza” della dilatazione dei tempi, una volta ogni tanto; posare il telefono evitando quel continuo bombardamento di messaggi e chiamate che caratterizza la nostra società, quella dell’h24, del “sempre reperibile”, “*mode-on*”, “sempre attivo”, e andare, appunto, un po’ più lenti.

In un’intervista a Luis Sepúlveda del 2013 realizzata da Francesco Musolino per la Gazzetta del Sud, il giornalista, sceneggiatore e attivista sudamericano scomparso proprio questo aprile 2020, racconta di uno degli ultimi lavori da lui pubblicati dal titolo *Storia di una lumaca che scoprì l’importanza della lentezza*: egli, ponendo al centro il tema del tempo e dell’identità, si domanda, esaminando una società in cui tutto è estremamente rapido, dai sentimenti fino alla produzione e al consumo del cibo, se è possibile fermarci, puntare i piedi e prenderci del tempo per capire cosa ci succede intorno. “Il rapporto con il tempo” commenta lo scrittore rispondendo a una domanda postagli nell’intervista “deve essere determinato solo dalle persone, dobbiamo essere capaci di dire “io decido il mio tempo, io decido come mi muovo, la mia velocità e la mia lentezza”. È un discorso culturale perché oggi l’unica forma possibile di movimento è la velocità vertiginosa, nutrita dal mito della comunicazione sempre più rapida. Ma, mi domando, questa velocità serve davvero? Prendiamo i rapporti umani. Quando due persone si incontrano, comunicando decidono se vogliono continuare a conoscersi e da lì in avanti, possono diventare sempre più intimi sinché nasce un amore o un’amicizia. Tutto questo è lento. Oggi invece abbiamo Whatsapp che è velocissimo e fa degenerare tutto.” Un riferimento più che doveroso ai sistemi di messaggistica istantanea cui oramai siamo tutti avvezzi.

Descrivendo quindi la nostra società, quella della velocità, tornando a sottolineare nuovamente l’importanza dell’“andare lento”, del vivere in società, del godere delle relazioni con le persone che abbiamo intorno a noi, dell’assaporare i momenti uno ad uno senza il bisogno di correre, senza dover necessariamente stare a progettare sempre il minuto successivo, magari

liberandoci anche di tutti quei dispositivi che contribuiscono sempre più a distrarci, alla domanda “Come potremmo fare?” posta dall’intervistatore, l’autore risponde così:

Il grande problema è la mancanza di coraggio, la forza di avvicinare chi ci sta vicino e dire “così non va bene, facciamo qualcosa insieme per cambiare ciò che ci sta intorno”. Io credo nel coraggio civile, nel coraggio della gente, ci credo perché lo conosco e so che solo ricorrendo ad esso le persone possono prendere in mano il proprio destino e cambiarlo in meglio. (Sepúlveda)¹⁴

Secondo l’autore, quindi, il mondo e la vita vanno troppo veloci, e serve coraggio per fermarsi. Un coraggio che, come si intuisce dall’analisi condotta sin qui, dobbiamo ancora trovare.

2.3 I social, il tempo che dedichiamo loro e gli ephemeral contents: dalla società dei consumi alla società delle “emozioni a consumo”.

Nel capitolo precedente abbiamo potuto osservare come nel 2010 l’Italia fosse risultata il paese che trascorrevva più tempo sui *social network*, per un totale di 6 ore e 27 minuti al mese per persona (21 minuti in media al giorno per ogni individuo), secondo i dati che si riferivano al mese di febbraio 2010 forniti dalla società Nielsen alla voce *Social Network Usage by country*¹⁵. In particolar modo, la società aveva preso in considerazione (sotto la voce di *social network*) le seguenti piattaforme:

Global* Social Network Traffic / Feb 2010			
Web Site	% Reach of Active Social Users	Sessions per Person	Time per Person (hh:mm:ss)
Facebook	52%	19.16	5:52:00
Myspace.com	15%	6.66	0:59:33
Twitter.com	10%	5.81	0:36:43
LinkedIn	6%	3.15	0:12:47
Classmates Online	5%	3.29	0:13:55

Source: The Nielsen Company
*United States, Brazil, Australia, Japan, France, Germany, Italy, Spain, Switzerland, United Kingdom
Unique audience represents active usage, not overall membership of social networks

¹⁴ cfr. intervista a Luis Sepúlveda disponibile al link <https://francescomusolino.com/2013/12/02/sepulveda-bookcity-lentezza/>

¹⁵ Nel capitolo precedente si troverà il link al sito di riferimento.

Escludendo il *social* Classmates Online per quello che riguardava i rilevamenti italiani nel 2010, in quanto questa piattaforma non è mai stata diffusa nel nostro paese, e inferendo che il 12% dei servizi non riportati in questa tabella fossero probabilmente minoritari e non influenti ai fini dell'indagine condotta dall'agenzia Nielsen, questa era la situazione rappresentativa dell'epoca, con un primato inarrivabile di Facebook per il numero di utenti attivi sulle altre piattaforme.

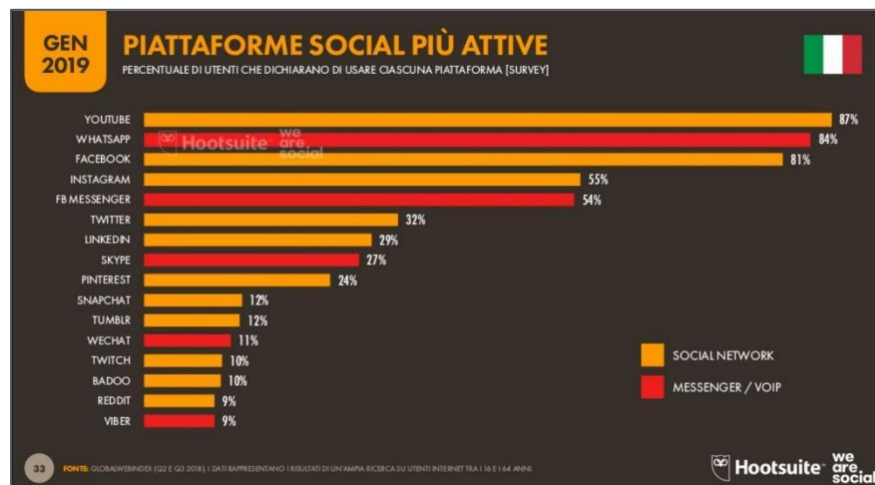
Ho potuto comparare quei dati che risalgono al 2010 con quelli aggiornati al 2020, forniti dalla stessa agenzia cui ho fatto riferimento per reperire i dati di dieci anni fa: *We are social*. Questa agenzia pubblica dati e trend aggiornati anno per anno servendosi anche delle statistiche diffuse dal *Global Web Index*, al fine di comprendere l'utilizzo da parte degli utenti di tutto il mondo (e poi nello specifico degli italiani con un approfondimento sul nostro paese) di internet e dei *social media* tramite la pubblicazione di un report annuale che si propone un'analisi dello scenario *social* e *digital*. In questo caso prenderemo a riferimento i report *Digital 2019* e *Digital 2020*, con rilevamenti aggiornati fino al gennaio di quest'ultimo anno, mese dal quale, come ho già specificato in precedenza, fermerò la mia analisi contestualmente a questo capitolo in quanto, come si vedrà, il Covid-19 ha avuto un forte impatto anche sulle abitudini *social* e digitali degli italiani. Anche in questo caso mi servirò di grafici forniti dalle agenzie nei report, al fine di avere una visione più chiara e completa dei dati che andremo ad analizzare.

Tuttavia saranno necessari dapprima dei chiarimenti rispetto a delle differenze che ho riscontrato nel reperire i miei dati per i diversi anni, dovute a un'evoluzione evidentemente non solo degli interessi da parte delle agenzie che effettuano queste analisi, ma anche della definizione di *social media* e *social network*, laddove il secondo costituirebbe un sottoinsieme del primo, ma oggi la distinzione tra i due termini risulta alquanto sfumata. I rilevamenti degli ultimi anni, infatti, mostrano una preferenza spiccata per il termine *social media* in luogo di *social network*, anche per piattaforme come Facebook che prima avremmo definito senza alcun dubbio *social network* (come dimostra la terminologia usata nella tabella riportata di sopra a cura dell'agenzia Nielsen). La differenza tra i due termini viene efficacemente sintetizzata dal seguente passaggio dell'articolo *Social media e social network: cosa cambia?* del sito *Osservatorio Digitale PMI*:

I social media, quindi, sono dei software attraverso i quali è possibile condividere testi, immagini, video e file audio, che riescono a raggiungere istantaneamente un pubblico globale. A questo punto è necessario sollevare una seconda questione essenziale, relativa alla differenza tra social media e social network. Network significa rete, la quale consiste in «un qualsiasi sistema costituito da nodi

interconnessi», cioè da oggetti collegati tra loro. Una rete sociale, nello specifico, sarà perciò formata da persone unite da legami di diversa natura, da un qualche tipo di relazione.

L'articolo conclude l'analisi constatando come “i social network rappresentino in realtà un sottoinsieme del più vasto mondo dei social media”.¹⁶ Tuttavia, nel report *Digital 2019*, in riferimento alla percentuale di utenti che dichiarano di usare ciascuna piattaforma, *social media* come Youtube (che non era stato affatto enumerato nell'indagine Nielsen del 2010 come *social network*) o Reddit, vengono definiti dalla piattaforma *We are social* come *social network*.



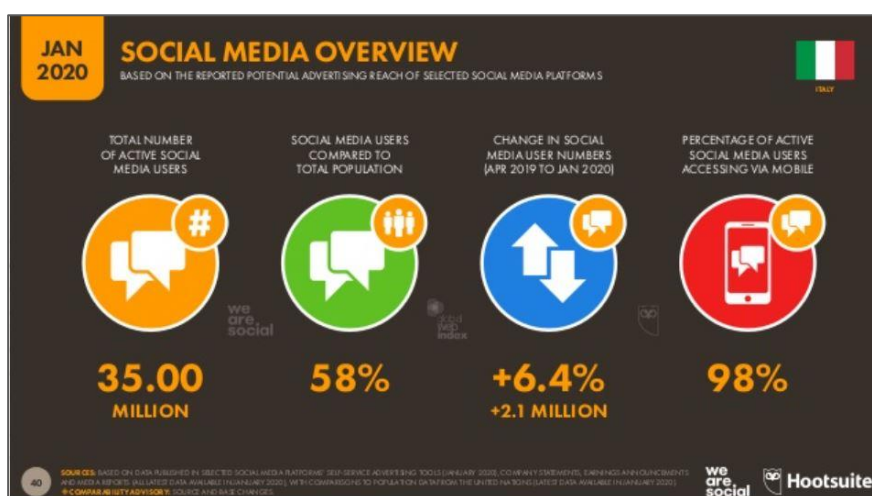
Una spiegazione plausibile potrebbe essere che senza dubbio negli ultimi anni le “funzionalità social” e quindi quelle relative ad una sempre maggiore interattività come la possibilità di lasciare un *like*, un *dislike* o un commento sotto un video caricato, di diffondere contenuti sempre più autoprodotti e amatoriali, di seguire anche dirette e commentarle in tempo reale (nello specifico caso di Youtube), sono aumentate, facendo sì che queste piattaforme siano divenute sempre più ascrivibili alla categoria di *social network*, o viceversa altre piattaforme possano quindi essere definite *social media*, dato che le differenze vanno sempre più ad affievolirsi. Possiamo dunque considerare questa nuova categoria inclusiva ormai di tutte le applicazioni informatiche contenenti anche larghe componenti “da *social network*” (Youtube, per citare nuovamente il nome di una piattaforma per cui questa definizione potrebbe sembrare meno ovvia), nonché del sottogruppo dei *social network*, come da definizione, e viceversa.

¹⁶ cfr. <https://osservatoriodigitalepmi.it/social-media-e-social-network-cosa-cambia/>

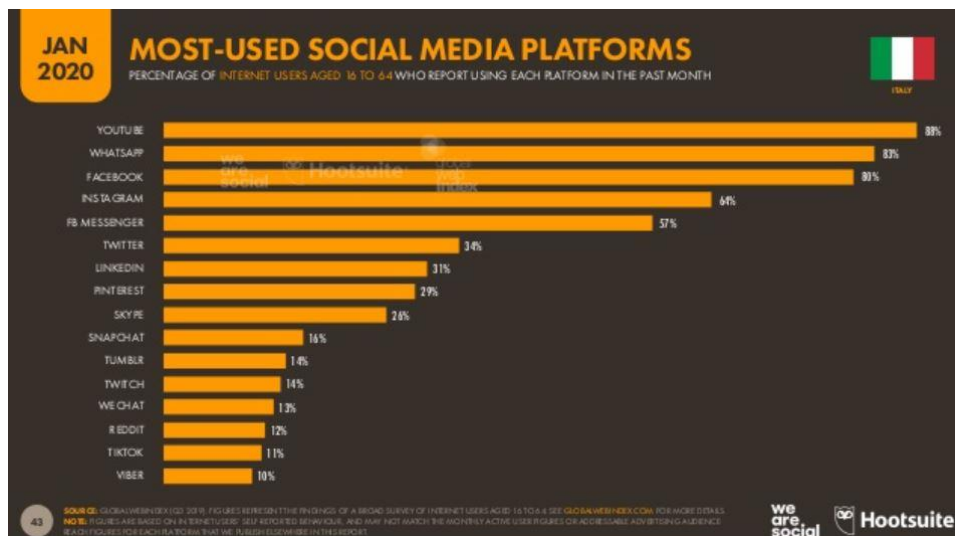
Alla luce di questa nuova accezione, passiamo ora ai dati: il tempo medio trascorso giornalmente dal cittadino italiano dai 16 ai 64 anni su tali servizi, e cioè i *social media*, ammonta a 1 ora e 57 minuti al giorno, come riportato qui di seguito:



Differenza non da poco se confrontata con i dati del 2010. Indubbiamente l'ampiamiento della gamma di siti e applicazioni prese in considerazione gioca un ruolo fondamentale nello spiegare questo incremento, e questo è da precisare ancora una volta, ma non si può negare che tale incremento sia reale, oltre che un trend in aumento costante già da anni, come si evince dalle statistiche successive, dove possiamo leggere che da aprile 2019 a gennaio 2020 c'è stato un incremento di 6,4 punti percentuali, circa 2 milioni in più di utenti rispetto all'anno precedente a utilizzare *social media*.



Se facciamo riferimento quindi a questi ultimi dati che seguono riguardo i *social media*, possiamo osservare quanti italiani dai 16 ai 64 anni utilizzano queste piattaforme in un mese qualsiasi: per quanto riguarda Youtube siamo quasi alla totalità del campione di popolazione di riferimento, considerando inoltre che i ragazzi al di sotto dei 16 anni, esclusi in questo caso dall'analisi, sono degli assidui utilizzatori per lo meno di Whatsapp, Instagram e Youtube. Come possiamo notare, dei *social* tenuti in considerazione da Nielsen nel 2010 compaiono qui Facebook, Twitter, LinkedIn, mentre Myspace.com è scomparso e Classmates Online non ha mai fatto parte delle statistiche per l'Italia. Se quindi nel 2010 il tempo trascorso sui *social* ammontava a 21 minuti al giorno, ed ora siamo a circa 1 ora e 57 minuti, tenuto conto dell'ampliamento della definizione di *social network* nonché dell'inclusività del termine *social media*, e tenuto conto del fatto che ad oggi si sono aggiunti servizi come Instagram o TikTok (app non riportata nel grafico di cui sotto), a seguito anche di un ampliamento dell'offerta dei *social network* sul mercato italiano (l'applicazione in questione è stata lanciata in Cina nel 2016 ma ha preso piede in Italia solo successivamente, divenuta oltretutto una delle app, se non l'app protagonista del 2019 nonché dei mesi del *lockdown* dovuti alla pandemia globale, come vedremo in seguito), e che rispetto al 2010, ci sono stati numerosi *upgrade* dei *social network* ma anche dei *social media* già esistenti che hanno aumentato le loro funzionalità specie nell'ottica di una sempre maggior interazione tra gli utenti, il tempo trascorso sui *social* ogni giorno ha indubbiamente subito un incremento. È qui di seguito riportato il grafico di riferimento.



Non affatto ininfluenti poi le conseguenze rispetto alla diffusione sempre più capillare dei dispositivi mobili anche tra le generazioni più giovani, in particolar modo degli *smartphones*, e la nascita dei pacchetti di giga per la navigazione dati divenuti anche illimitati (ora andiamo verso la tecnologia 5G), senza la necessità quindi di cercare una rete Wireless alla quale connettersi quando non si è in casa propria. Infatti, sempre più piattaforme hanno creato versioni per mobile dei loro servizi, le app, consentendo quindi alle persone di (potenzialmente) rimanere connessi ai loro *social media* h24. Siamo nell'era dell'*Internet of things*, l'Internet delle cose, per cui quello della telefonia mobile è stato uno dei primi campi di applicabilità. Ai giorni nostri attraverso il nostro telefono ci portiamo praticamente “il nostro mondo” con noi: contatti, relazioni, lavoro, effetti personali, ricordi, dati, documenti, agende, impegni, svaghi, conti bancari, mondo dell'informazione, addirittura la possibilità di prenotare pranzi, cene, vacanze, viaggi e chi più ne ha più ne metta. Secondo l'agenzia *italiani.coop* gli italiani sono sempre più dipendenti dal proprio dispositivo mobile: ogni giorno trascorriamo in media 5 ore usando il nostro telefono cellulare. Questo dato è il risultato di uno studio¹⁷ condotto dall'agenzia sugli italiani e il loro rapporto con il proprio telefonino, un'indagine campionaria con metodologia Cawi (via web) sulla popolazione dai 18 ai 65 anni che ha avuto luogo dall'8 al 14 novembre 2019, stata poi pubblicata il 4 Dicembre. Si parla di mezz'ora in media in più per gli uomini che per le donne; inoltre, persone dai 18 ai 35 anni utilizzano lo smartphone in media circa 6 ore, quasi il doppio delle ore rispetto alle 3 ore e 10 circa della popolazione tra i 56 e i 65 anni d'età. Insomma, in riferimento al quantitativo di tempo dedicato ai *social media* nell'arco di una giornata da parte degli italiani, possiamo affermare che dopo 10 anni dalle considerazioni di Fabris abbiamo senza dubbio aumentato il tempo di permanenza su di essi, tempo che probabilmente andiamo a togliere ancora una volta a momenti di pausa e relax dalla concitazione giornaliera, ad attività che potrebbero essere più gratificanti, a momenti di contatto e relazioni *face to face* con i nostri affetti o semplicemente con il mondo che realmente e non solo virtualmente ci circonda. Oppure, come già più volte abbiamo asserito, tempo dedicato non in assoluto a questi dispositivi, ma in *multitasking*.

Chiarito il dato quantitativo per gli ultimi anni, resta da capire come effettivamente viene impiegato questo tempo sui *social*. In termini di qualità, cosa ci porta a connetterci e rimanere connessi? Perché lo facciamo? Quali motivazioni ci spingono e quali le conseguenze che ne

¹⁷ link allo studio: <https://www.italiani.coop/wp-content/uploads/2019/12/coopvoce-ig-alta-def.pdf>

derivano? In primo luogo bisogna ricordare che, come riportato dai dati del Global Web Index 2019, le persone utilizzano sempre più spesso i *social media* anche per attività lavorative. Al giorno d'oggi più di 800 milioni di persone nel mondo li utilizzano per lavoro (circa il 24% degli utenti che usano i *social*). Tralasciando però questo tipo di motivazione, andremo ad approfondirne altre. Il *social* che prenderemo maggiormente in considerazione nella nostra analisi sarà Instagram, piattaforma nata nel 2010, acquisita da Facebook nel 2012, che come abbiamo visto sopra rispetto alle statistiche diffuse dal *Digital 2020*, si conferma come quarto *social media* più utilizzato in Italia, preceduto “solo” da Youtube, Whatsapp e Facebook in ordine crescente di popolarità. Di nostro fondamentale interesse sarà inoltre in questa sede una particolare funzionalità di Instagram, oggi incorporata anche da Facebook: l'introduzione delle “storie”, funzione disponibile dal 2016 e di gran lunga una delle più apprezzate sul *social*; non si tratta però di un'invenzione di Instagram che si è, invece, ispirata al funzionamento del *social network* Snapchat. Approfondiremo il funzionamento di questi *ephemeral contents*, “contenuti a tempo”, a breve.

Tornando agli interrogativi posti a inizio paragrafo rispetto alle motivazioni che spingono le persone all'utilizzo di questi applicativi, cercheremo di rispondervi grazie a vari studi condotti negli ultimi anni in Italia e all'estero. Per cominciare, nel capitolo conclusivo del libro *Introduzione alla psicologia della comunicazione* a cura di Lorella Lotto e Rino Rumiati, Oronzo Parlangeli afferma che i motivi che ci spingono all'uso di queste piattaforme possono essere diversi e risentire di fattori individuali, culturali e sociali. I *social media* nascono non da una richiesta degli utenti, ma “semmai dalle idee di alcune persone abili nell'uso delle tecnologie e sensibili a istanze tipicamente umane come la comunicazione. E, comunque, sembra abbiano impattato su un bisogno generale di espressione che deve essere riconosciuto nel suo significato più ampio” (Parlangeli, 2013²). Le ragioni soggettive sono indubbiamente diverse a seconda del *social* utilizzato. Tuttavia quello che emerge dalle ricerche in maniera generica, ma che difficilmente viene riportato esplicitamente dalle persone che nelle indagini, nella maggior parte dei casi, ritiene di utilizzare i *social* per rimanere in contatto con amici e familiari (in riferimento a Facebook e Twitter), “è la necessità di un'autoesposizione; necessità che per alcuni studiosi può essere considerata primaria, come nel caso dei comportamenti che portano alla ricerca del cibo o del sesso. Gli esseri umani, secondo questa ipotesi, sarebbero portati naturalmente a esporre i loro pensieri, a condividere quello che fanno e sentono. Così, le circostanze in cui viene data loro la possibilità di comunicare quello che pensano potrebbero

essere valutate come delle ricompense soggettive.” (Parlangeli, 2013²). Nel 2012 Tamir e Mitchell hanno condotto una ricerca analizzando le conversazioni che intratteniamo nella vita quotidiana. A quanto pare nel 30-40% dei casi riferiamo circa noi stessi, eventi della nostra vita privata, relazioni che abbiamo, e lo stesso accade praticamente sui *social media*. In particolare:

Tramite una serie di esperimenti questi studiosi hanno così dimostrato che la possibilità di esporre le proprie convinzioni attiva quello stesso sistema del nostro cervello [...] che risponde in maniera preponderante quando riceviamo rinforzi primari come il cibo, secondari come le ricompense economiche e anche riconoscimenti sociali. Inoltre, questa attivazione sembra ancora più consistente se quando si espongono le proprie opinioni vi è qualcun altro che le ascolta. Come dire che il bisogno di raccontarsi a qualcuno è da considerarsi connaturato al nostro essere e che la possibilità di poterlo fare, semplicemente ci gratifica. (Parlangeli, 2013²)

Si parla quindi anche di opinioni, oltre che delle proprie emozioni. Negli ultimi anni però, al di là delle opinioni per la cui condivisione si prestano forse maggiormente piattaforme come Youtube, Facebook o Twitter, molti *social*, specie appunto come Instagram (nata come un’interfaccia per la pubblicazione di proprie foto e in origine brevi video) si sono riconvertiti in veri e propri strumenti in funzione di uno *storytelling* personale, il racconto giorno per giorno di ciò che si fa da condividere con il mondo: pezzi della propria vita privata messi a disposizione di un pubblico più o meno vasto (a seconda anche delle proprie impostazioni di privacy) per un arco di tempo determinato. Tutto questo avviene attraverso la pubblicazione di contenuti a tempo, in inglese “*ephemeral contents*” appunto, sfruttando la nuova funzionalità delle “*stories*”, funzionalità che ricordiamo è stata un’invenzione di Snapchat che Instagram ha in seguito introdotto dal 2016, come già riportato sopra. Queste storie rimangono visibili al proprio profilo solo per le 24 ore successive dal momento della pubblicazione.

Ora, come si legge nell’articolo *Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat*, *Information, Communication & Society* del 2015 a cura di Bayer, Ellison, Schoenebeck & Falk, alcune forme di comunicazione sono sempre state “effimere” (nell’accezione informatica del termine) come quella *vis à vis*: “In modo simile, altre modalità di comunicazione sincrone, quali chiamate vocali e video, rappresentano canali mediati nei quali non avviene di default alcun immagazzinamento di dati. Gli *ephemeral social media*, quindi, condividono alcune proprietà con la comunicazione sincrone come la conversazione *face to face*, ma differiscono per il fatto che sono generalmente asincrone. Kaun and Stiernstedt (2014) evidenziano che le tecnologie media sono “profondamente improntate all’organizzazione e alla creazione di un senso del tempo” (p. 1156) nelle società. Un esempio

contemporaneo è l'affermarsi di dirette social "live" su piattaforme quali Facebook e Twitter, nelle quali il tempo è stato "ri-standardizzato come tempo da social media" (Kaun & Stierstedt, 2014; p. 1157). In altre parole, i *social media* e i *mobile media* influenzano il modo di pianificare il proprio comportamento degli individui, quello in cui percepiscono il passaggio del tempo, e vivono la propria vita quotidiana (Burchell, 2015). Diversi media presentano una gamma di esperienze temporali, tuttavia la ricerca sta iniziando solo ora a investigare queste distinzioni in termini di offerte e pratiche specifiche (Keightley, 2013). Inoltre, si sa ancora poco di come gli utilizzi di *ephemeral social media* si relazionino alla ricerca esistente sulle esperienze del tempo, come ad esempio i benefici psicologici accertati dell'essere presente "nel momento" (Killingsworth & Gilbert, 2010; Langer, 1989)." (Bayer, Ellison, Schoenebeck & Falk, 2015).¹⁸ Uno stravolgimento della nostra concezione del tempo insomma cui già si era accennato in precedenza, con la creazione di uno spazio-tempo a sé rispetto a quello del presente, parallelo, e che ci consente l'esplorazione del vissuto (o meglio di quello che ci viene reso disponibile) di una giornata altrui per quanto riguarda ad esempio le storie Instagram, catapultandoci dal nostro momento presente al momento passato di qualcun altro, come un viaggio nel tempo. Chiamate *My story*, le storie creano un racconto temporale, personale (come sottolinea l'aggettivo possessivo) e non permanente di ciò che si pubblica: esse appariranno agli altri utenti in ordine cronologico, cosicché la prima storia visualizzata sarà la più vecchia. In più, la possibilità di aggiungere contenuti multimediali multipli: dal testo alla musica, dai filtri alle *emoji*, dall'orario ai gradi o alla geolocalizzazione, e così via, oltre all'uso degli *hashtag* e, negli ultimi anni, la possibilità di fare sondaggi, *challenge* (sfide virali), porre domande e creare insomma quante più interazioni possibili, in modalità asincrona.

C'è sempre soddisfazione nel realizzare storie della propria vita perché il materiale è facilmente accessibile, autentico e accattivante; e l'esperienza della narrazione con mezzi multimodali è nuova, eccitante e stimolante. Questo è il potere dello storytelling abbinato al fascino esercitato dalle tecnologie digitali. (Nguyen, 2011)¹⁹

Anche in un articolo del The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication dal titolo *Instagram stories from the perspective of Narrative Transportation Theory* del 2017, si rimarca il fatto che infondo il tipo di *Digital Storytelling* di Instagram "risponde alle caratteristiche di quelle stesse storie che per secoli hanno costituito parti fondamentali della vita

¹⁸ cfr. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2015.1084349> (mia traduzione dall'inglese all'italiano)

¹⁹ mia traduzione dall'inglese all'italiano.

sociale, in quanto narrazioni che mantengono la memoria collettiva viva. Con gli sviluppi nella tecnologia della comunicazione, caratteristiche quali il formato, la velocità di trasferimento, gli scenari e la lunghezza delle storie hanno subito sviluppi e variazioni. Soprattutto per quel che riguarda le narrazioni che sono emerse attraverso gli effetti dei *social media* e hanno iniziato a dare vita a un nuovo secolo di nuove narrazioni.” inoltre “Le storie condivise su Instagram creano una storia che rispetta i canoni della “teoria del trasporto narrativo”. (SEYFİ, SOYDAŞ, 2017).²⁰ Secondo questa teoria, uno storytelling ben costruito è capace di trasportarti direttamente nel mondo della storia. Ed in effetti attraverso le *instagram stories* ci sembra sempre bene o male di entrare nella vita altrui, che siano persone comuni o personaggi dello star-system. Tuttavia, siamo sempre di fronte a contenuti autentici? Non ne possiamo avere la certezza, nonostante essi siano autoprodotti: non possiamo essere certi cioè del fatto che tutto quello che ci viene mostrato della vita degli altri accada in quel modo, in quel momento, per quelle ragioni. Una cosa è la realtà, altra la sua rappresentazione attraverso un medium, principio che vale per tutti i mezzi di comunicazione, vecchi e nuovi media.

Ad ogni modo, i contenuti che più vengono condivisi nelle storie fanno pensare comunque a “pezzi di vita” autentici, in quanto si riferiscono ad esperienze comuni a tutti nella quotidianità (fatta eccezione per alcune determinate categorie di utenti come molti *influencer* che vivono una vita fuori dal comune, si pensi ai *travel bloggers* ad esempio): emozioni e stati d’animo, cibo, aggiornamenti sulla propria vita privata, contenuti che generano interazioni (come dicevamo prima, si pongono domande agli altri utenti), persone in presenza delle quali si è, animali, selfie, paesaggi o più in generale luoghi in cui ci si trova.

In un lavoro intitolato *LIVE STORIES, O Snapchat como uma pasta compartilhada de registros de vida* diffuso dalla società *Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* nel 2016, si dà una lettura psicologica e sociologica delle motivazioni alla base del coinvolgimento nell’uso delle storie (in quel caso si faceva riferimento ancora a Snapchat) da parte degli utenti. Si riportano di seguito alcune porzioni dello studio che ritengo maggiormente funzionali alla mia analisi:

“Vedo me stesso solo quando mi mostro all’altro. In un contesto in cui gli utenti arrivano a interferire con il contenuto che circola in internet, si riconfigura il modo in cui sono costituite le loro soggettività. Proprio come propone Sibilis (2008), nuovi formati di relazioni sociali vengono stabiliti in uno scenario digitale dove i soggetti sembrano essere chiamati a “mostrarsi” tramite la creazione e attualizzazione di profili personali nelle reti sociali. Questi, a loro volta,

²⁰ mia traduzione dell’articolo.

assomiglierebbero a veri e propri confessionali dove gli utenti espongono dettagli della loro vita privata a un pubblico, nel caso specifico, ai loro amici virtuali. Si ha così un dinamico processo di pubblicizzazione del privato [...] come se niente potesse rimanere eternamente nascosto. [...]

Nell'era post-moderna, sono innumerevoli le possibilità di esposizione dell'"io" e in internet sembra che ci sia spazio per "raccontarsi" e sentirsi osservati. [...] è in questo modo che cambia il modo in cui i soggetti costruiscono le loro identità davanti ai loro pari, in modo che ci sia, [...] una proliferazione di "personalità eterodirette e non più autodirette, costruzioni di sé orientate allo sguardo altrui o esteriorizzate, non più introspettive o intimiste" (SIBILIA, 2008, p. 23).

Così, ritornare visibili sarebbe il primo passo affinché questi individui si riconoscano in quanto soggetti. Per vedersi, è necessario mostrare e, ancor di più, ottenere qualsivoglia reazione [...] come ha segnalato Bauman [...] nell'arco di una vita si ammettono più identità multiple. Nel caso delle reti sociali [...] tanti strumenti e tecnologie sono resi disponibili con il fine di delineare le infinite possibilità di costruzione dell'io. Negli spazi [virtuali] incontriamo quello che Sibilìa caratterizza come "io triplice". Per l'autrice "l'io che parla e si mostra inconsapevolmente [nel web] [...] è allo stesso tempo autore, narratore e personaggio" del contenuto che posta. Sibilìa arriva al concetto di "Società dello Spettacolo (DEBORD, 1967), coniato nel XX secolo per descrivere una società in cui [...] gli individui avrebbero bisogno di sembrare qualcosa a scapito di quello che consumano, consumando in ultima analisi sé stessi. (Monteiro, Mazzilli, 2016)²¹

In effetti, quello a cui si arriva è un consumo di sé stessi, delle proprie emozioni, proprio per quella smania di voler rappresentare la propria intimità e le proprie esperienze di vita quotidiana. Le nostre emozioni sono divenute "a consumo". Le viviamo, e nel mentre di questa esperienza, pensiamo già a come metterle a disposizione del mondo della rete: non sempre infatti documentiamo accadimenti spontanei, molto più spesso arriviamo a costruire, anche se sì magari ispirati da vicende realmente accadute nell'arco della nostra giornata, scene di vita appetibili per il pubblico del web (quanto più lontano dal concetto di autenticità in effetti); inoltre, la loro fruizione può avvenire solo per un tempo limitato, 24 ore: il contenuto è a tempo, è effimero, ciò che rappresentiamo è, ancora una volta, lampo, veloce, labile e volatile. Questo delle "emozioni a consumo" credo che sia un *modus vivendi* da estendere a più ambiti della nostra vita e della società attuale: la fruizione della musica, fonte inesauribile di emozioni dalla notte dei tempi, nonché tutto il sistema dell'industria musicale, ne è una prova, laddove oramai il successo delle canzoni dura il tempo di due, tre mesi, per poi essere immediatamente sostituite da altri "successi", cadendo nel dimenticatoio (ricordiamo la musica di 30 e 40 anni fa, ma probabilmente non quella di cinque anni fa); l'uscita di brani "singoli" sta soppiantando sempre di più quella degli album, lavori creati all'insegna della coerenza e circolarità, chiamati anche *concept album*, dove spesso un unico concetto lega tutte le canzoni, per un ammontare di tempo pari a poco meno di un'ora circa, se pensiamo alla musica popolare, ma che consente comunque

²¹ mia traduzione dal Portoghese (norma brasiliana) all'Italiano.

una fruizione lenta e meditata dell'opera, una *full immersion* nell'arte di quell'autore, per quel lavoro; per non parlare del fatto che la musica diviene sempre più immateriale, annullando anche il rapporto con i supporti materiali (si pensi alle musicassette, ai vinili, ai CD, ai libretti delle canzoni, etc) che un tempo era parte fondamentale dell'esperienza di ascolto, mentre ora le piattaforme digitali musicali hanno quasi l'esclusiva della distribuzione musicale mondiale. Riavvicinandoci nuovamente ai *social network* che appunto, ben incarnano lo spirito del nostro tempo fugace e immateriale, abbiamo un esempio evidente di "emozioni a consumo" dato da scene fotografate o filmate e postate, che raccontano relazioni affettive, amicizie, amori, anniversari, eventi e così via. Ma andando ancora di più a esplorare il quotidiano piuttosto che l'occasionale, un esempio lampante ci viene fornito da un dato che riguarda la condivisione di cibo o di esperienze legate ad esso, sui *social*, spesso anche nelle storie se si tratta di un'uscita a cena, un aperitivo, o la preparazione del proprio pasto. "È un fatto noto che Instagram negli ultimi anni sia diventato il social network più amato dagli appassionati di cibo, quindi dai *foodlovers*. [...] chi ha questa passione, ama anche condividere con gli amici e non solo, ciò che mangia e i piatti più belli [...] foto di piatti, ma anche di locali all'ultima tendenza, oltre che ingredienti particolari e insoliti. Arriva l'hashtag *#EatingForTheInsta* [...] utilizzato da coloro che cucinano sia al ristorante che a casa propria e non riescono a rinunciare a fotografare il proprio piatto. Un altro molto utilizzato è *#ChefMode* [...], *#OnMyTable* e così via"²² si legge in un articolo dal titolo *Quali sono gli hashtag food più popolari del momento?*, a proposito degli *hashtag* più utilizzati nel 2019 su Instagram per il cibo, uno dei contenuti protagonisti indiscussi dei *social network*.

Si mette in piazza tutto, si consuma qualsivoglia momento del proprio quotidiano, le emozioni date da attività anche conviviali sì, come il "mangiare", ma comunque in un certo senso "intime" (ricordiamo che quello del nutrirsi rientra tra i bisogni primari dell'uomo), divengono *emoji*, storie effimere e veloci da condividere: addirittura spesso viviamo un determinato momento in funzione del modo in cui vogliamo sia rappresentato sui *social*. Ecco perché "emozioni a consumo": perché sono temporanee, usa e getta, sostituibili e, soprattutto, eliminabili; non lasciano traccia.

Tuttavia, uno studio dell'Università di Münster del 2019 condotto su un campione rappresentativo di utenti internet tedeschi dai 14 ai 39 anni, ha confermato che la diminuzione

²² cfr. https://primochef.it/hashtag-food-di-instagram-del-2019/lifestyle/?refresh_ce

del benessere personale che si calcola con l'aumento dei tre indicatori ansia, depressione e solitudine, è collegata al coinvolgimento delle persone sui *social media* anche detto SME (*social media engagement*). Questo dato ha due possibili interpretazioni: una suggerisce che gli individui con problemi mentali e sociali, come la depressione, l'ansia e la solitudine, usano di più i servizi di *social media*; l'altra, invece, che un uso intensivo dei *social media* potrebbe causare tali problemi. (Reer, Tang, Quandt, 2019). Possibili mediatori in tal senso sono considerati: la FoMO (*Fear of missing out*) tradotta letteralmente “paura di essere tagliati fuori”, una forma di ansia sociale caratterizzata dal desiderio di rimanere in contatto con le attività che fanno altre persone e dalla paura di essere esclusi da eventi, esperienze, contesti sociali gratificanti (specie nel caso dei *social* quindi questo si traduce in una preoccupazione compulsiva riguardo la perdita di una opportunità di interazione sociale)²³; e la SCO (*social comparison orientation*), che si riferisce alle differenze individuali nella tendenza delle persone a mettere in comparazione sé stesse con gli altri (Gibbons and Buunk, 1999), presente specialmente in persone con scarsa autostima. Alla possibilità di sviluppare una tale tendenza si è in pratica perennemente esposti su *social* come Instagram dove di continuo ci viene riproposta la quotidianità altrui. All'aumentare quindi di queste forme di malessere del vivere sociale, vi è un decremento del benessere degli individui. Vi è un collegamento importante, inoltre, tra FoMO e dipendenza da *smartphone*: a livello teorico il concetto di FoMO si sviluppa infatti online ed è considerato un segnale predittivo dell'insorgenza di dipendenza da *smartphone* e sofferenza emotiva.²⁴

A conclusione di questo paragrafo sul rapporto tra le persone e *i social media* nel 2020, non possiamo di certo affermare che questi mezzi di comunicazione ed interazione sociale rappresentino “il male” della nostra società. Tuttavia risulta evidente che, specie in determinati soggetti, che siano persone con inclinazioni a depressione, ansia o altri malesseri, o che siano semplicemente ragazzi molto giovani che hanno più probabilità di sviluppare dipendenze da *smartphone* e *social*, queste piattaforme contribuiscano a una perdita del contatto con la realtà, nonché (e questo vale invece universalmente per tutti gli utenti) con il “tempo dell'io”, quello soggettivo che scorre a seconda dei propri ritmi interiori: abbiamo visto infatti che esse riescono a creare, specie con determinate funzionalità che rivoluzionano la nostra concezione del tempo, luoghi d'interazione e intrattenimento “altri” da quelli del presente, che ci consentono di vivere

²³ cfr. <https://it.wikipedia.org/wiki/FOMO>

²⁴ ibidem.

le nostre emozioni e quelle degli altri “a consumo”, in maniera effimera e solo temporaneamente, per 24 ore, come nel caso delle storie. Costituiscono inoltre per la stragrande maggioranza delle persone un'enorme perdita di tempo, veicolano stress in quanto facilitano l'esecuzione di azioni svolte in *multitasking*, e, non da ultimo, attentano alla nostra capacità di discernere tra cosa è autentico e cosa no, trascinando spesso le nuove generazioni in un vortice in cui si è perennemente alla ricerca di una rappresentazione del sé che sia compiacente a quello che si vede nei *social*. I giovani soprattutto vengono portati quindi a un'emulazione non sana e a una rappresentazione estremamente inautentica del sé di cui spesso e volentieri non ci si rende conto.

2.4 Radici e autenticità nel 2020. Un indicatore rappresentativo tutto italiano: il cibo.

In introduzione a questo capitolo ho motivato la mia scelta di utilizzare quello del cibo come indicatore del grado di recupero delle radici e dell'autenticità da parte degli italiani nel 2020, affermando che l'atto del mangiare rappresenta culturalmente per noi qualcosa di sacro, in quanto il cibo che mettiamo sulle nostre tavole è sempre stato per gli italiani portatore di valori e tradizioni secolari. Questa è la ragione per cui ho immaginato che indagare circa le abitudini alimentari degli italiani nel 2020 potesse essere più che mai rappresentativo di un eventuale desiderio di recupero di una italianità e di una mediterraneità che si sopravvive, ma a volte viene anche soffocata da tante mode e trend esogeni che con la nostra cultura poco hanno a che vedere.

Il cibo è una componente fondamentale della nostra quotidianità, lo dimostra anche il fatto che, come abbiamo avuto modo di constatare nel precedente paragrafo, esso sia appunto uno dei maggiori protagonisti della scena *social*. A gennaio 2019 TheFork, piattaforma di prenotazione di ristoranti online, insieme con la società di ricerca Doxa, condivide in un articolo online le quattro tendenze gastronomiche che sarebbero state di moda in quello stesso anno. I ristoranti del 2019 sarebbero stati “sani, tecnologici e instagrammabili”²⁵. La cucina sana come nuova regola quindi, portando in tavola sempre più prodotti biologici e naturali. Inoltre, una sempre maggiore richiesta di prodotti *free-from* lattosio o glutine e variabili vegetariane di piatti tipici per coloro che scelgono di non mangiare carne. Come si legge nell'articolo, di fondamentale importanza dare un'impronta ecologica al proprio ristorante per eliminare sprechi

²⁵ cfr. <https://www.theforkmanager.com/it-it/blog/lasciati-ispirare-dalle-tendenze-culinarie-del-2019>

e inquinamento (battaglia molto sentita negli ultimi anni come già abbiamo avuto modo di constatare in precedenza). Puntare sulla tecnologia, altro punto centrale: addirittura nell'articolo si parlava di fornire un tablet per ogni tavolo alla clientela, per sfogliare il menu e concedere di ordinare senza la necessità di chiamare il cameriere. In ultimo, rendere quella della cena una vera e propria esperienza: "Negli ultimi anni Instagram e altre app di condivisione fotografica hanno rivoluzionato il mondo del food. I ristoranti hanno persino creato cibo e bevande per massimizzare l'impatto sui *social media*. Ora Instagram Stories, Facebook Live e YouTube hanno esteso la tendenza oltre una singola istantanea a ciò che funziona bene nei video. I ristoranti (in particolare l'industria dei servizi rapidi) creano piatti e bevande per sorprendere i clienti, soprattutto i *millennial*. Pertanto, in alcuni casi, si sta spostando l'attenzione dal gusto all'estetica."²⁶ In questo articolo sulle tendenze dell'anno 2019 non siamo molto distanti per alcune ragioni, specie per quelle che riguardano l'attenzione all'ecologia, all'impatto ambientale e ai prodotti biologici, da quello che Fabris nel 2010 aveva dichiarato essere un trend in crescita, e cioè il ritorno a una cucina genuina e che rivalutasse i nostri prodotti locali. Ancora una volta inoltre dobbiamo constatare quanto i *social media* e la tecnologia più in generale, e questo articolo ne è la prova, stiano impattando sempre più aspetti della nostra vita quotidiana, cambiando il nostro modo di concepire il mondo e di agire anche per quelle attività che sembrerebbero più naturali, come il nutrirsi. In un altro articolo che prevedeva i trend del 2019, dal sito Osservatorio Veganok, si informano i lettori dell'avanzare di prodotti a base vegetale, come spuntini vegetali a base di *fake meat*, alghe, ma anche surgelati e gelato, prodotti a base di canapa, e sempre più attenzione ad acquisti consapevoli e imballaggio eco consapevole.²⁷ Secondo un altro articolo di SkyTG24 nella sezione Salute e Benessere, nel 2019 si prevedeva un aumento relativo alle vendite di thè matcha e acqua di cocco, dopo la conquista di prodotti quali avocado, semi vari etc... nel 2018.²⁸ Quello che si può già cominciare a notare dal contenuto di questi articoli, che riportano comunque delle aspettative, dei trend per l'anno 2019 e non effettivamente i dati rispetto a vendite ed acquisti reali, è che sì, l'attenzione verso il biologico e i prodotti vegetali e naturali c'è, ma si registra un aumento delle preferenze per prodotti non proprio locali, spesso esotici, anche con alcune contraddizioni: l'avocado, presente forse oggi in quantità ancora maggiori rispetto al passato sugli scaffali dei nostri supermercati,

²⁶ ibidem.

²⁷ cfr. <https://www.osservatorioveganok.com/trend-alimentari-del-2019-cosa-cambia-nel-mondo-del-consumo/>

²⁸ cfr. <https://tg24.sky.it/salute-e-benessere/2019/08/08/food-trend-2019>

è in primis un prodotto non locale, e in secondo luogo viene acquistato senza tenere in considerazione le conseguenze ambientali della coltivazione intensiva di quest'ultimo. Secondo *Greenpeace*, nel 2019 l'avocado e altri tipi di frutti e cereali (quinoa, soia, anacardi per citarne alcuni) contribuiscono in larga misura alla deforestazione della Foresta Amazzonica: "Gli impatti ambientali causati dalla coltivazione intensiva di avocado sono uno dei tanti esempi di come, a livello globale, l'80% della deforestazione avvenga per fare spazio a terreni agricoli."²⁹ Una moda quindi insostenibile, in contraddizione con la crescente sensibilità che manifestiamo giornalmente per le cause ambientali nella nostra società.

Andremo ora ad analizzare effettivamente i dati degli acquisti alimentari da parte degli italiani negli ultimi anni, nonché le preferenze che emergono da vari articoli e ricerche circa le loro scelte rispetto all'*eating-out* e ai cibi ordinati in *delivery*: cosa scelgono di mangiare fuori casa gli italiani? E cosa scelgono di ordinare (specie i giovani) come cena pronta? La risposta più italiana, sostenibile, e tradizionale sarebbe per noi ovvia: pizza, in quanto alimento di più complessa e lunga preparazione, per cui comunque il "fai da te" spesso non dà risultati soddisfacenti alla pari di una pizza cotta in forno a legna, pronta in poco etc...; pasto completo, gustoso, economico (dipendentemente dalla zona d'Italia e dal tipo di pizzeria), condita di ingredienti mediterranei, il più delle volte locali, e che consente anche una certa variabilità nella scelta, grazie alle diverse combinazioni di ingredienti possibili e alle innovazioni creative degli ultimi anni che spesso "sfornano" prodotti finali anche gourmet. Andremo a constatare se effettivamente questo dato per l'Italia viene confermato, tra i tanti che emergeranno qui di seguito.

Nel *Rapporto Coop 2019-Consumi e stili di vita degli italiani di oggi* del 2019, redatto dall'Ufficio Studi di Ancc-Coop (Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori) le abitudini alimentari degli italiani sono così riassunte nella formula "veloce, proteico e sostenibile". Da tenere in considerazione per questa analisi italiana, come appunto esplicitato dal rapporto, la differenza nei consumi mensili tra il Nord-Ovest e il Sud e le isole che si attesta a circa 10 mila euro all'anno.

Con sempre meno tempo a disposizione, gli italiani dedicano quotidianamente appena 37 minuti a cucinare. Ecco quindi spiegato il sempre crescente acquisto di *instant food* dagli scaffali del supermercato, cibo già pronto, cresciuto del +9,3% in un anno: non solo frutta e verdura già lavate e asciugate ma anche primi piatti pronti nonché sushi pronto da acquistare

²⁹ cfr. <https://www.greenpeace.org/italy/storia/5608/mode-insostenibili-per-le-foreste/>

direttamente al supermercato, che a quanto pare risulta essere un'abitudine per il 42% degli italiani. In crescita anche la spesa per il *food delivery*, servizio usato dal 26% degli italiani. Anche per la spesa per la ristorazione extra-domestica si registra un incremento, tuttavia i consumi di questo segmento sono concentrati tra colazione e spuntini veloci, non si riempiono quindi i ristoranti. Un dato molto interessante e anche contrastante con la nuova sensibilità ecologista, una tendenza virtuosa che forse non trova comportamenti analoghi, è quello che vede il consumo pro-capite di carne crescere nel 2018 del 3,5% rispetto all'anno precedente. Al contrario, i prodotti vegetali hanno subito una riduzione del 5% nel corso dello stesso anno, nonostante a livello globale vivano un momento felice. Il 68% degli italiani continua a ritenersi favorevole all'aumento del prezzo di prodotti confezionati in plastica monouso per disincentivarne l'acquisto, tuttavia le preferenze a tavola sembrano orientarsi verso alimenti poco sostenibili: la carne è un alimento infatti per niente *eco-friendly*, specie per il metodo di produzione. Nel rapporto si trovano infatti i dati aggiornati rispetto l'impatto ambientale dei singoli alimenti, che vede sempre in cima alle classifiche, sia per emissioni di CO2 che per consumo di acqua, la carne bovina e avicola. Dall'altra parte, aumenta la richiesta di informazioni che accertino la qualità del prodotto, come il 100% made in Italy, con indicazione d'origine in etichetta. Non vi è quindi un totale disinteressamento per il cibo portato in tavola.

Inevitabilmente una delle spiegazioni per l'aumento del consumo di carne potrebbe risiedere nella grande popolarità delle diete e dei regimi alimentari iper-proteici, per cui il consumo di carni elevato è necessario. Inoltre, in un articolo del sito LAV³⁰ sempre in riferimento al rapporto Coop dal titolo *Rapporto Coop 2019: la generazione Greta ci salverà?* possiamo leggere che: da una parte quella che oramai è stata denominata la “generazione Greta” di cui abbiamo accennato a inizio capitolo, ragazzi di tutto il mondo che si impegnano attivamente nella lotta ai cambiamenti climatici seguendo la loro leader e pioniera del movimento, la ragazza svedese Greta Thunberg, e dall'altra parte un'ulteriore categoria di avanguardia *green*, quella dei *Perennials*, “spesso over 40, ma dall'età indecifrabile, impegnati nel rimanere giovani nel corpo e nello spirito grazie anche ad una visione globale del mondo”³¹, sono le due categorie che dichiarano di aver diminuito il consumo di carne rispettivamente dell'89% e del 79%. Le preoccupazioni di tipo ambientale, spingono comunque a modificare le abitudini d'acquisto: gli italiani chiedono un maggior sostegno all'agricoltura biologica (88%) e che

³⁰ cfr. <https://www.lav.it/news/rapporto-coop-2019>

³¹ ibidem.

vengano adottate politiche *green* da parte di produttori e rivenditori, ma nel 2019 i prodotti sostituiti della carne a base vegetale hanno registrato un calo delle vendite del 4,7%, come già avevamo avuto modo di constatare poco sopra: “È probabile che l’attenzione dei consumatori si sia diretta verso i legumi e altri alimenti vegetali proteici “al naturale” ”, si legge sempre nell’articolo. (LAV, 2019) Tra tendenze virtuose e contraddizioni, ci troviamo quindi di fronte a delle coscienze molto più sensibili, ma cambiamenti drastici nell’arco di dieci anni non si sono avuti, e anzi spesso, come proprio negli ultimi anni, si sono manifestate strane controtendenze. Sempre nello stesso articolo, inoltre, viene affermato che nella ristorazione emergono cucina latina, africana e vegana come tendenze del futuro a tavola.

Nel Rapporto Ristorazione 2019 la FIPE pubblica indubbiamente dati incoraggianti per il settore della ristorazione, che sono così commentati in un articolo online di Gennaio 2020 sul sito Food&Tec:

Gli italiani non solo spendono di più, ma lo fanno in maniera sempre più mirata, andando a ricercare la miglior qualità dei prodotti locali e un servizio attento alla sostenibilità ambientale.

Ciò che attira in maniera sempre più marcata i consumatori all'interno dei ristoranti è la tradizione: il 50% degli intervistati da FIPE, infatti, cerca e trova nei locali che frequenta un’ampia offerta di prodotti del territorio, preparati con ricette classiche ma non solo. [...] Il punto fermo, però, è sapere ciò che si mangia. Il 68,1% dei clienti quando entra al ristorante, per prima cosa si informa sulla provenienza geografica dei prodotti, il 58,5% sui valori nutrizionali dei piatti e il 54,5% sull'origine e la storia di una ricetta. L'altro elemento che incide sulla scelta di un locale è la sua politica *green*. Sette consumatori su dieci sostengono infatti che sia importante che i ristoranti operino in modo sostenibile dal punto di vista sociale e ambientale. Il che significa, per il 37,7% degli avventori, che portino avanti politiche contro lo spreco alimentare dotandosi di doggy bag o rimpiattini, per il 36,7% che utilizzino materie prime provenienti da allevamenti sostenibili, mentre per il 33,3% che limitino l'uso della plastica.

Meno di un italiano su tre, però, rimane totalmente indifferente di fronte a questo tipo di politiche sostenibili.³²

A confermare il ritorno della carne di cui abbiamo discusso sopra, i dati raccolti nel Rapporto Ristorazione rispetto alle pietanze maggiormente ordinate come seconda portata al ristorante: il secondo piatto più ordinato è a base di carne, sempre in testa alla classifica sia per pranzi che per cene, indifferentemente nei giorni feriali e nei fine settimana. Di seguito due grafici che ci mostrano le preferenze degli italiani quanto a scelta del tipo di ristorante, un grafico per i giorni feriali e l’altro per il weekend. Viene confermata la tendenza a consumare pasti veloci al bar durante la settimana: antipasto, panino o pizza (con servizio a tavolo) tra i primi tre posti dei cibi ordinati; secondi al bar, troviamo trattorie, osterie, ristoranti italiani e tavole calde, a seguire tutto il resto. Durante il fine settimana resta tuttavia invariata la lista di cibi ordinati: antipasto

³² cfr. <http://www.foodandtec.com/it-it/rapporto-ristorazione-2019>

al primo posto, e panino che precede la pizza. Massima preferenza per trattoria, osteria, ristoranti italiani e così via. Troviamo qui i ristoranti etnici al quinto posto nella classifica, dopo i bar ma prima dei fast food. Qui di seguito le tabelle.



Di fronte a questi dati però che sembrerebbero incoraggianti, non mancano le preoccupazioni che vengono comunque esplicitate nel documento. Secondo la FIPE "la novità risiede invece nell'abusivismo commerciale e nella concorrenza sleale. Nei centri storici, nel corso degli ultimi 10 anni, si è impennato il numero di paninoteche, kebab e (finti) take away di ogni genere (+54,7%), mentre sono diminuiti i bar (-0,5%). Il pubblico esercizio deve fare i conti con una concorrenza ormai fuori controllo. Crescono soprattutto le attività senza spazi, senza personale, senza servizi soprattutto nei centri storici delle città più grandi". (FIPE, 2019).

Stiamo parlando, tra gli altri, del fenomeno dello *street-food* che ha preso piede negli ultimi anni soprattutto nei centri storici delle grandi città metropolitane (di cui infatti Fabris non faceva ancora menzione nel 2010) con cui il mondo della ristorazione tradizionale è costretto a fare i conti, specie perché si tratta di un mondo sempre più sostenuto, come quello del *delivery food*, dai più giovani che non hanno grandi disponibilità economiche ma non vogliono rinunciare a mangiar fuori casa. Vediamo allora i dati relativamente alle scelte dei cibi preferiti dagli italiani negli ultimi anni.

In un articolo del 2016 dal titolo *Pizza o sushi? Gli italiani scelgono le bacchette*, sul sito di affaritaliani.it viene riportata la classifica di Yelp, sito e app di recensioni di qualità per cercare i migliori ristoranti, servizi e negozi della propria città, che ha rilevato che “in Italia la tradizione gastronomica locale subisce quotidianamente l’agguerrita concorrenza di sapori più esotici, riuscendo a resistere sulle tavole degli italiani principalmente grazie ai due intramontabili piatti portabandiera dell’eccellenza culinaria tricolore: pizza e pasta.”³³ Dalla classifica emerge la predilizione da parte degli italiani per i sapori orientali: primo in classifica quindi il sushi, che precede la pizza, solo seconda alla pietanza giapponese.

Seguono hamburger, Kebab, Ramen, ancora cucina giapponese, pesce, cucina cinese, solo ottava la nostra pasta e decimo in classifica, il senza glutine. Le specialità vegetariane e vegane si trovano invece in undicesima e dodicesima posizione. Milano predilige sushi e kebab, mentre i più nipofili paradossalmente sono i napoletani, i padri della pizza, mentre nella Top 5 partenopea l’hamburger non è affatto inclusa. Nella capitale invece si prediligono sempre piatti a base di carne e pesce, tuttavia Roma si conferma la regina dello street food. Male la cucina vegetariana qui, quinta e ottava per Napoli e Firenze. In riva all’Arno invece, si preferiscono pasta e Fiorentina. Passiamo allora agli ultimi dati, quelli del 2019.

Secondo un articolo di Repubblica, “I “one dish restaurant” [si aggiudicavano nello scorso anno il titolo di] ultimo trend della ristorazione internazionale: dall’avocado alle uova (passando per la pasta) vince la specializzazione”³⁴, portate di un solo piatto, quindi, dove in Italia si sarebbe andati ovviamente a valorizzare la pasta, anche nella logica del take away. Tuttavia, nella classifica di Food Affairs dello stesso anno, quella dei 100 piatti più ordinati al mondo, l’Italia sembra non distanziarsi troppo dalle mode globali, ovviamente proporzionalmente, nella

³³ cfr. https://www.affaritaliani.it/food/pizza-o-sushi-gli-italiani-scelgono-le-bacchette-ecco-i-cibi-piu-amati-446672.html?refresh_ce

³⁴Cfr. https://www.repubblica.it/sapori/2019/05/06/news/ristoranti_onedish_per_scegliere_dove_andare_in_b ase_ai_desideri_del_giorno-225569259/

Top 25 tutta italiana. La classifica del cibo a domicilio più ordinato al mondo, viene diffusa in chiusura d'anno da Deliveroo, celebre servizio di *food delivery*. Sia a livello globale che a livello nazionale, è il Poke a base di salmone il piatto più amato, che in Italia occupa le prime due posizioni: “si tratta di un piatto hawaiano incredibilmente instagrammabile e altrettanto nutriente che si è rivelato come uno dei preferiti in nove paesi diversi e costituisce un quinto della top 20 mondiale.”³⁵ A seguire nella classifica italiana troviamo nuovamente il sushi, e poi pizza e hamburger.

Possiamo quindi affermare che indubbiamente uno dei fattori preponderanti nella scelta del cibo sia oggi quello che tiene conto dell'impatto ambientale ed ecologico, tuttavia come abbiamo visto si registrano delle contraddizioni evidenti e continue tra le tendenze virtuose della nostra società e i comportamenti d'acquisto, che mutano molto lentamente. Da una parte le generazioni più giovani sono quelle maggiormente sensibili alla tematica ambientale, dall'altra sono anche quelle che più si orientano verso la scelta di cibi esotici e modaioli che quindi con l'agricoltura a km 0 (per cui mi riservo una piccola digressione a breve) e la valorizzazione del tradizionale e del locale poco hanno a che vedere. Questo spiegherebbe anche il divario che c'è tra i dati FIPE relativi ai ristoranti, alle osterie e alle trattorie, in cui la carne la fa da padrona come seconda pietanza ordinata, e quelli relativi alle tipologie di cibo consumate per strada o ordinate a domicilio, ove si prediligono specialmente pietanze orientali (spesso ricche di verdura o pesce, crudo se parliamo del sushi), oltre che a pizza e hamburger, e come abbiamo visto anche nuove specialità esotiche come il Poke, re indiscusso del *delivery* nel 2019.

Per quello che riguarda specificamente il km 0, alla luce dei dati sin qui riportati, è necessario allora porsi delle domande. È chiaro che siamo di fronte ad una società che non si accontenta più dell'attesa della stagionalità dei prodotti, che è abituata ad avere a disposizione nei grandi supermarket non solo prodotti provenienti da tutte le regioni d'Italia, ma anche dal resto del mondo. Non bisogna per forza arrivare a citare l'avocado, infondo, quando si parla di prodotti che non possono provenire naturalmente dai nostri terreni o dai nostri alberi, si pensi ad esempio alle banane: eppure siamo abituati ad averle in tavola praticamente tutto l'anno. Quello della rivalutazione e difesa dei prodotti a km 0 è un fenomeno che andrebbe indubbiamente incentivato di più, ma allo stesso tempo nel corso di dieci anni le nostre esigenze sono mutate,

³⁵ cfr. <http://www.foodaffairs.it/2019/12/12/i-100-piatti-piu-ordinati-a-domicilio-nel-mondo-nel-2019-secondo-deliveroo-anche-in-italia-il-poke-su-tutti-davanti-a-sushi-pizza-e-hamburger-milano-capitale-del-delivery/>

in quanto ci siamo abituati a una disponibilità illimitata di prodotti diversi, reperibili in quantità e quasi sempre 365 giorni all'anno. È difficile pensare inoltre di poter limitare drasticamente il traffico alimentare nel mondo. “Ovviamente la società e le nostre abitudini alimentari, tarati su un apporto nutrizionale proveniente da una dieta varia, non ammettono in assoluto il sistema commerciale a chilometro zero. Non è pensabile che le banane, o rimanendo in ambito nazionale il Parmigiano Reggiano e il pomodoro pachino, vengano consumati solo dagli abitanti delle strette aree limitrofe, quanto invece è possibile e necessario ridurre drasticamente i trasporti delle derrate alimentari.” che sono responsabili, tra le altre cose, dell'aumento dell'inquinamento. “L'Italia è produttrice di una grande varietà di mele, nei supermercati però vengono vendute anche quelle provenienti dalla Cina, prodotte a 8.100 chilometri (Food Miles) di distanza. Così pure per le arance spagnole (1.800 chilometri), il grano ucraino (1.675 chilometri) o canadese (6.727 chilometri), gli asparagi peruviani (10.000 chilometri) e il kiwi neozelandese (18.600 chilometri).”³⁶. Se quindi nel 2010 Fabris si auspicava che ci sarebbe stata una sorta di inversione di rotta, oggi sappiamo che invertire la rotta non è del tutto possibile, ma che ci sono delle nuove soluzioni potenziali e maggiormente in linea con le specifiche esigenze maturate in questi anni dalla nostra società, soluzioni sempre più supportate dall'avanzamento tecnologico. Per citarne una, la coltivazione idroponica. Si tratta di un processo che non utilizza suolo per coltivare piante. Si legge in un articolo online “Chiunque può riuscire a far crescere dell'insalata o delle piante ornamentali in un vaso con del substrato di coltivazione o in piena terra, con un ragionevole successo. Dopo anni di sperimentazione in ambito agricolo e valutazione dei costi e dei benefici portati, l'idroponica sta avendo sempre più successo in ambiti diversi: da quello domestico o hobbistico a quello della produzione industriale, alla ricerca avanzata per le esplorazioni spaziali. [...] Nelle grandi città, dove manca la possibilità di coltivare terreni agricoli produttivi, in alcuni casi si è arrivati a costruire fattorie per la produzione, soprattutto di ortaggi, che utilizzano la tecnica della coltivazione idroponica, in spazi diversamente inutilizzabili a tale scopo (urban farming). [...] Allo stesso modo ma su scala ridotta, si possono creare piccoli orti domestici dovunque. In alcune grandi città gli agricoltori idroponici hanno avuto l'idea di acquistare spazi per costruire le loro fattorie diversamente privi di valore produttivo. Hanno realizzato vere e proprie fattorie verticali in spazi come magazzini vuoti e vecchi container. Molti sono convinti che queste fattorie idroponiche possano avere una valenza positiva sulle comunità urbane fornendo prodotti freschi

³⁶ link all'articolo <http://www.expo2015.org/magazine/it/sostenibilita/km-zero-.html>

e a chilometri zero.”³⁷ È auspicabile che con questi metodi inoltre si possa arrivare a coltivare qualsiasi prodotto, magari anche quelli non proprio nostrani. I vantaggi dell'idroponica sono diversi e non è indubbiamente questa la sede per approfondire tutte le specificità legate a questa nuova pratica, ma per citarne alcuni: gli alimenti così coltivati non sono soggetti a stagionalità, si utilizza molta meno acqua rispetto a quella necessaria per un'attività di giardinaggio o agricoltura comune. La manutenzione richiede meno tempo, e così via... Insomma, nuove soluzioni a nuovi problemi o esigenze. Fermo restando che quella del km 0 rimane comunque indubbiamente un'esigenza, da aggiornare comunque all'evoluzione dei tempi e delle abitudini di una società che, come abbiamo già affermato in precedenza, non si ferma e non interrompe i suoi flussi.

Ecco il quadro ad esempio che ci si aspettava dal 2020, riportato nel comunicato stampa Coop 2019 nella sua versione definitiva: un anno all'insegna del salutismo e della tradizione. È qui di seguito riportato un passo del comunicato che fa riferimento alle aspettative per i consumi e le abitudini alimentari del 2020:

Anche grazie all'esplosione dell'egrocery e del meal delivery le previsioni di spesa alimentare degli italiani sono molto positive per i consumi domestici (+12% il saldo tra chi intende aumentarla e chi vuole diminuirla) e sono invece leggermente negative per quelle extradomestiche (-3%). Non è un caso che il meal delivery sia in testa alla classifica dei consumi che saranno effettuati per la prima volta dagli italiani e che l'aumento sia a due cifre soprattutto tra i più giovani.

Più in generale, nelle scelte di consumo alimentare degli italiani per il 2020, si afferma un nuovo connubio tra la continua attenzione ad una alimentazione salutare e di qualità e un nuovo ritorno alla tradizione (sono questi i prodotti a cui pensano di destinare maggiori risorse il 30% degli italiani). Sia in casa che nei consumi outdoor la maggioranza degli italiani immagina di lasciarsi guidare dalla tradizione e dalla naturalità facendo scelte che penalizzano il junk food (la spesa nei fast food scenderà secondo il 22% degli italiani), la carne rossa e per la prima volta anche i piatti pronti (in calo entrambi secondo il 20% degli italiani).

Vincono ancora i prodotti integrali, i cereali alternativi, le carni bianche e i legumi, meglio se biologici. Sebbene in crescita, evidenziano invece saldi meno pronunciati i prodotti che avevano segnato gli stili alimentari emergenti alcuni anni fa. Per i prodotti etnici, vegani, gluten e lactose free la quota di coloro che prevedono di far crescere la spesa supera di poco quanti intendono ridurla.³⁸

Quello che effettivamente è accaduto da Febbraio 2020 lo approfondiremo nel prossimo capitolo, tuttavia i dati che confronteremo con quelli sinora esposti saranno di gran lunga alterati dalla situazione eccezionale in cui l'intero mondo si è trovato a causa della pandemia globale da Covid-19. Nello specifico caso, la spesa alimentare da parte degli italiani è stata

³⁷ link all'articolo <https://www.codiferro.it/cose-la-coltivazione-idroponica-informazioni-general/>

³⁸ per la versione completa del comunicato si rimanda al seguente link: <https://www.italiani.coop/wp-content/uploads/2020/01/comunicato-stampa-coop-consumi-2019-versione-definitiva.pdf>

sostanzialmente rivoluzionata, proprio a causa dell'eccezionalità della vicenda Covid, per non parlare del fatto che per i mesi di lockdown non è stato possibile neanche parlare di ristorazione, poiché tutte le attività sono state chiuse, e solo in fase 2 il mondo del terziario ha cominciato a tirare un sospiro di sollievo.

Finora abbiamo potuto constatare che la nostra società, fino a Gennaio 2020, non ha mantenuto le aspettative di Giampaolo Fabris che nel 2010 immaginava che, sul piano economico, sociale, ambientale, e culturale in definitiva, avremmo fatto un enorme passo avanti nella direzione di una maggiore sostenibilità a tutto tondo.

Coscienti sì e sempre di più, ma con le dovute contraddizioni rispetto: al tempo che ci dedichiamo, alla sua quantità e qualità e alla pianificazione delle nostre vite, in quanto continuiamo a cercare *escamotage* per sfuggire a ritmi insostenibili che non siamo capaci di domare e frenare; all'uso smodato dei *social media* che sono divenuti un prolungamento di noi stessi, e che contribuiscono a non darci respiro, costringendoci a una modalità perennemente attiva sul piano della reperibilità e dell'interazione con il mondo *social* che entra sempre più nelle nostre vite; infine, alla scelta dei prodotti da mettere sulle nostre tavole, che quando più sembra andare nella direzione di un recupero delle nostre tradizioni ma anche di un sostegno all'ecologia e alla sostenibilità, delude le aspettative attraverso le evidenze che i dati sui reali comportamenti d'acquisto alimentare da parte degli italiani ci forniscono, ecco perché vanno elaborate nuove soluzioni per il futuro.

Sarà ora da verificare cosa è che un arresto forzato (quello avvenuto a causa del virus da Covid-19) a livello mondiale delle nostre abitudini e dei nostri ritmi di vita ha provocato: quale la sua conseguenza sulla nostra quotidianità, e quale l'impatto sulle nostre scelte in una situazione di emergenza globale che ha letteralmente fermato il tempo per circa due mesi.

CAPITOLO III

Le conseguenze dell'impatto del COVID-19 sulle nostre vite: tempo, relazioni e scelte di consumo.

3.1 Un inaspettato freno a mano alle nostre abitudini: il COVID-19.

È indubbio che questo 2020 sia stato segnato da un evento che ha radicalmente cambiato le nostre vite da tutti i punti di vista, nonché stravolto gli equilibri (talvolta già precari) geo-politici e socio-economici mondiali: la diffusione e la propagazione della malattia infettiva respiratoria da SARS-CoV-2, ufficialmente denominata COVID-19 dall'OMS l'11 febbraio 2020, nome più comune con il quale conosciamo tutti questo nuovo Coronavirus. Nonostante il Covid circolasse in Cina già negli ultimi due mesi del 2019, la malattia è stata identificata per la prima volta il 31 dicembre dello stesso anno dalle autorità sanitarie della città di Wuhan, capitale della provincia di Hubei. A gennaio il paese asiatico ha deciso di promulgare la notizia anche al di fuori dei propri confini. Tra scetticismi e dibattiti anche mediatici che hanno visto il coinvolgimento di virologi, opinion leaders e politici da tutto il mondo, tra notizie sempre *in fieri* e pareri discordi e talvolta polarizzati circa la gravità iniziale e potenziale del fenomeno, la nostra nazione (come nel giro di poche settimane il resto dell'Europa e la quasi totalità dei paesi extraeuropei) si è ritrovata di fronte alla necessità di chiudere tutti i tipi di attività fatta eccezione per quelle che facevano capo all'ambito sanitario e quello alimentare e di beni di prima necessità, al fine di cercare di interrompere la catena di contagi, vista anche la scarsa disponibilità di posti letto nei reparti di terapia intensiva negli ospedali nonché la carenza di personale medico atto a fronteggiare un'emergenza di tale portata a cui indubbiamente non eravamo pronti.

Circa 60 milioni di cittadini italiani sono rimasti quindi bloccati a casa dall'inizio del mese di marzo, dapprima con la possibilità di fare ritorno al proprio domicilio o alla propria residenza, poi, dal 23 marzo al 4 maggio 2020, costretti a rimanere nel comune in cui si trovavano salvo casi eccezionali. Una situazione che è divenuta dopo poco non più solo italiana, bensì mondiale.

Scuole di ogni ordine e grado chiuse, così come le sedi lavorative, milioni di attività sono state interrotte, il settore del turismo e della ristorazione si è ritrovato in ginocchio, come anche il settore dei trasporti praticamente bloccato quasi del tutto, e così via. Molte famiglie sono state separate, nell'impossibilità di ricongiungersi, e questo improvviso *lockdown* (oltre ovviamente alla già presente e lecita preoccupazione di contrarre il virus, visto il numero di decessi che nei primi mesi non accennava a diminuire) ha condotto ad un panico generale, indubbiamente facilitato dal "martellamento" mediatico e dai toni talvolta estremamente drammatici utilizzati dai media anche laddove non ce n'era la necessità, che ha visto spesso come conseguenza azioni ingiustificate, come lo svuotamento nei supermercati di determinati prodotti andati a ruba sugli scaffali. Un panico che ha affondato le sue radici anche nel *sentiment* comune di estrema precarietà e incertezza per il futuro a venire.

Molto è cambiato ed è stata richiesta una capacità di adattamento immediata a tutti noi da più punti di vista: in primo luogo, genitori e figli nel ruolo di lavoratori di ogni tipologia e studenti (ruoli rivestiti ed esercitati solitamente per lo più fuori dall'ambiente domestico) si sono ritrovati a condividere lo stesso spazio che è divenuto non più solo focolare domestico e luogo di ritrovo degli affetti e della vita casalinga e privata, bensì ambiente lavorativo e di studio in contemporanea. Vi è stata, nella maggior parte dei casi, una vera e propria riorganizzazione dei tempi e degli spazi che si saranno certamente andati a sovrapporre il più delle volte. Tutto questo però, ed è da sottolineare, è stato possibile specialmente grazie all'ausilio della tecnologia che ha assunto un ruolo centrale durante la fase del *lockdown*: essa ha concesso infatti a milioni di lavoratori di continuare a prestare il proprio servizio attraverso lo *smart working*, svolgendo la propria attività in telelavoro, un'implementazione avvenuta già da tempo per molte aziende, seppure spesso in maniera parziale o come sperimentazione, ma che si è rivelata necessaria in questa emergenza. È stato possibile anche far sì che gli studenti (sia allievi di elementari, medie e superiori, sia studenti universitari) non perdessero ore di scuola e di lezione, svolgendo quasi tutte le attività curriculari (ove possibile) on-line, con la creazione di aule virtuali: diversi studenti si sono laureati telematicamente, e tante prove sono

state svolte in questa modalità. Anche i colloqui di lavoro e tante altre attività sono stati portati avanti per via telematica. E ci si è arrangiati come si è potuto anche nelle relazioni, tra familiari, amici, partner, spesso e volentieri lontani, utilizzando ancora di più questi mezzi telematici in sostituzione di altro, magari effettuando più videochiamate di quelle che normalmente si sarebbero effettuate, anche di gruppo. Persino il mondo dello spettacolo si è dovuto riconvertire al digitale, anche in occasione di importanti manifestazioni come quella del concerto del Primo Maggio, utilizzando per lo più la modalità della diretta *streaming* e del collegamento da casa, non potendo riempire teatri, piazze e palazzetti o partecipare a programmi televisivi, se non per via telematica. Una vera e propria rivoluzione delle nostre vite, per non parlare della distorsione della percezione del tempo che abbiamo esperito nella Fase 1, laddove alcuni hanno parlato di una dilatazione di esso mentre altri di una accelerazione. Una giornata uguale ad un'altra, senza la possibilità di viaggiare, uscire, frequentare la propria rete sociale di appartenenza, in una società in cui abbiamo fatto della mobilità, della velocità, del *multitasking* e della compressione di mille impegni in una sola giornata di 24 ore un *must*. Per molti, inoltre, quello della convivenza forzata con i propri membri familiari o in altri casi la solitudine per chi è rimasto solo, ha rappresentato un vero e proprio banco di prova. Non sono pochi i soggetti infatti che sono andati in crisi e hanno sofferto di svariati disturbi, come l'insonnia dovuta allo sfasamento dei ritmi giorno/notte fino ad arrivare in molti casi alla depressione.

Per contro, tante persone hanno dichiarato di aver tratto anche dei benefici da questa situazione di fermo tempo e immobilismo, eccone alcuni: l'aver ridedicato tempo a sé stesse, ai propri hobby e ai propri affetti, nonché anche alla cucina (avevamo potuto osservare dalle statistiche riportate nel precedente capitolo che gli italiani negli ultimi anni dal 2010 al 2020 erano soliti dedicare sempre meno tempo ai fornelli prediligendo cibi pronti) avendo potuto disporre di maggiore tempo libero; l'aver compreso maggiormente il valore delle relazioni e dei legami con chi amiamo, come anche il valore di una pacca sulla spalla a un amico, un abbraccio, o quello che poteva sembrarci un gesto banale e automatico, come quello della classica stretta di mano.

Da una parte si è sentita la mancanza del contatto fisico quindi e vi è stata una rivalutazione di tante azioni quotidiane su cui non ci eravamo forse mai soffermati (il caffè al “nostro” bar, il tragitto casa-lavoro o casa-scuola, etc), nonché dei luoghi della vita quotidiana in quanto palcoscenici delle nostre relazioni e scenografie dell'esistenza di ognuno, come la scuola, l'ufficio, la parrocchia di appartenenza, il centro sportivo etc. Dall'altra parte è anche vero che

si è potuto riapprezzare il valore della lentezza, e soprattutto ci si è resi conto di quanto la tecnologia possa essere di ausilio e sarebbe da implementare laddove sia per fattori di natura ecologico ambientale, sia per una questione di risparmio di tempo ed energie, si potrebbe tranquillamente fare a meno di ricorrere a incontri in presenza fisica, come ad esempio per alcune riunioni di lavoro. Fermatosi il tempo e arrestatasi la mobilità frenetica di sempre infatti, anche le città hanno cambiato volto: dai più piccoli centri alle più grandi metropoli abbiamo assistito a uno svuotamento di persone e veicoli con un conseguente disinquinamento acustico, rimpiazzato dalla presenza costante di un silenzio stato definito dai più assordante (se pensiamo al dramma che questo silenzio è andato a sonorizzare non è implausibile pensare che molti lo abbiano percepito in questo modo); al ripopolamento da parte degli animali in molti casi (come i delfini nel porto di Cagliari, i pesci nelle acque ora chiare dei canali di Venezia e i semplici uccellini di cui abbiamo ricominciato ad ascoltare il canto appena fuori il nostro balcone di una Roma o una Milano la cui colonna sonora è generalmente il frastuono dei clacson, magari); i mari sono divenuti più blu e più puliti; l'aria è tornata ad essere meno inquinata a causa dell'improvvisa interruzione del traffico di tutti i mezzi di trasporto pubblico e privato; inoltre, vista l'impossibilità di spostarsi entro certi limiti dalla propria abitazione, in molti hanno acquistato anche prodotti alimentari dai negozianti più vicini, favorendo così le più piccole attività locali che normalmente a malapena reggono la concorrenza dei grandi supermercati.

Potremmo pensare a questo punto che al di là della drammaticità delle conseguenze che questo virus ha portato sia dal punto di vista economico su scala globale sia dal punto di vista sanitario, qualcosa di buono sia stato recuperato: per lo meno la consapevolezza dell'insostenibilità (per molti degli aspetti di cui abbiamo ampiamente discusso nei capitoli precedenti) del nostro sistema economico e sociale, delle nostre abitudini di vita e di consumo. Tuttavia è da tenere a mente che questa interruzione che ci ha dato modo di poter riflettere sul nostro modello di vita conforme alle regole e ai dettami della globalizzazione, è stata la conseguenza di una pandemia globale, evento di natura del tutto eccezionale. L'arresto dei ritmi frenetici cui siamo sottoposti oramai da decenni è avvenuto, ma è stato un arresto forzato e obbligato, e non voluto perché maturato. Vi è stata sì la rottura di un equilibrio e l'interruzione della pratica di abitudini comunque malsane, ma occorre che venga maturata l'idea di ripensare a un modello economico alternativo, possibilmente di natura ambientalista e sostenibile in tutti i sensi, nella cui direzione i nostri governi devono portarci. Ma è anche dal basso che le persone devono cominciare a comprendere a fondo qual è il loro ruolo in questo cambiamento. È

probabile che le proposte che Fabris aveva nel 2010 come possibili soluzioni al problema possano essere integrate o superate grazie al progresso tecnologico e all'evoluzione di tecniche che possano permettere di conciliare delle esigenze da oramai "cittadini del mondo" che continuiamo ad avere, alla possibilità di difendere e rivalorizzare il nostro territorio, ad esempio, come abbiamo avuto modo di capire nel capitolo precedente. Per il momento, è da chiederci e osservare quale sia stata la prima reazione degli italiani a questa brusca interruzione di una economia e una società globalizzate e iperconnesse così come le abbiamo vissute fino ad ora, anche per intuire quale possa essere il margine di miglioramento e intervento per la costruzione di un futuro più sostenibile.

È mio interesse quindi in questo capitolo analizzare come la nostra società abbia affrontato questa fase, la cosiddetta Fase 1 corrispondente ai mesi di *lockdown*: dal punto di vista della ridefinizione dei propri tempi e dei propri spazi vitali e relazionali; dal punto di vista del rapporto con le tecnologie e i *social media* che hanno avuto un ruolo cruciale in questa vicenda e si sono dimostrati come mai prima d'ora essenziali, scrollandosi anche di dosso quell'alone di giudizio per lo più negativo e moralistico che pesava su di essi; e infine dal punto di vista della scelta dei consumi, per comprendere se ad un aumento del tempo per dedicarsi all'arte culinaria, tradizione secolare italiana, è corrisposto effettivamente un ritorno all'esaltazione della nostra tradizione nonché ad una maggiore cura nella scelta dei prodotti da acquistare, nell'ottica di una maggiore autenticità.

3.2 La rivoluzione dello spazio e la percezione del tempo durante il Covid-19.

Come già accennato nel precedente paragrafo introduttivo, la fase di *lockdown* che ha costretto a casa milioni di italiani ha portato ad uno sconvolgimento delle nostre abitudini nonché a una riorganizzazione dei nostri spazi e dei nostri ritmi giornalieri.

Per quello che riguarda gli spazi, ci siamo dovuti adattare alla necessità di riconvertire l'ambiente domestico in un ambiente che potesse rispondere ad esigenze lavorative, di studio e non solo: le nostre case si sono infatti trasformate in uffici e postazioni di lavoro, in banchi di scuola e aule universitarie nonché in aule magne per le proclamazioni, in palestre per praticare attività sportiva, talvolta in pizzerie e ristoranti in quanto luoghi di sperimentazioni culinarie, e nel caso del mondo dello spettacolo anche in palcoscenici per esibizioni in *live streaming*. La

mobilità ridotta ha impedito alla maggioranza della popolazione di effettuare spostamenti, ad eccezione di quelli diretti verso le attività che erogavano beni e servizi di prima necessità, e salvo rari casi in cui fossero consentiti. Tutti quegli spazi di cui non ci accorgiamo usufruire giornalmente, dalle strade agli uffici, dai mezzi di trasporto ai parchi eccetera, ci sono stati sottratti al fine di porre un freno alla diffusione capillare del virus.

Grazie alla tecnologia quindi, è stato possibile in un unico ambiente creare tanti piccoli microambienti che si sono andati a sovrapporre. Anche più piani temporali se vogliamo si sono andati stratificando, nella direzione di un *multitasking* in molti casi quasi esasperato e condito da note di surrealismo. Non è per niente inusuale ritrovarci oggi ad ascoltare racconti spesso buffi e insoliti di esperienze di vita quotidiana durante la Fase 1 che prima ci sarebbero sembrati una parodia della nostra società tecnologica e della vita di ogni giorno: aver lavorato mentre si pelavano le patate, aver fatto colazione mentre il compagno di classe veniva interrogato dalla professoressa, e storie non tanto diverse da queste. Attività che eravamo generalmente abituati a svolgere in altri luoghi hanno invaso e hanno sconfinato nella nostra vita privata e viceversa, come nel caso di un bambino che piange, di una madre che apre la porta della nostra stanza, o di un cane che abbaia durante lo svolgimento di un esame o una riunione con il proprio capo.

Vale la pena per me soffermarmi un po' di più in questa sede sulla vicenda dello *Smart Working* nello specifico, che è stato al centro di un dibattito continuo in questi mesi. Già nel documento ISTAT 2019 di cui mi sono servita nello scorso capitolo, nella parte sull'Uso del tempo, si faceva riferimento a pregi e difetti dell'ibridazione tra mondo del lavoro e mondo digitale. "L'incremento più forte si registra, ovviamente, sull'uso di internet aumentato in 10 anni di 34 punti percentuali: la costante connettività che internet offre tramite gli smartphone o i tablet permette di trattare e scambiare comunicazioni e informazioni in ogni momento e ovunque ci si trovi, cambiando il modo di gestire anche le attività relazionali e comunicative. Ciò rende le persone raggiungibili in qualsiasi momento, comportando un generale incremento dell'attività lavorativa, non contabilizzata nell'orario di lavoro retribuito. Il contesto di lavoro si smaterializza, si delocalizza, si fa sempre meno analogico e sempre più digitale: la tecnologia o meglio la gestione della tecnologia in ambito lavorativo è ambivalente, consente ai lavoratori una maggiore libertà e flessibilità nell'organizzazione del proprio tempo di lavoro, ma permette anche al lavoro di sconfinare nella vita privata in momenti e luoghi deputati ad altro sottraendo importanti porzioni di tempo alla famiglia e al tempo libero." (ISTAT, 2019). I dati del 2014 raccolti dall'ISTAT rivelano quindi che la tecnologia mobile già prima di questa situazione

eccezionale dovuta alla pandemia globale contribuiva a confondere il confine tra l'inizio e la fine della giornata lavorativa, non solo per chi era in telelavoro appunto, ma per chiunque che, avendo a disposizione un *personal computer* o il proprio *smartphone*, faceva sì che il proprio lavoro retribuito sconfinasse nella vita privata: le prestazioni lavorative “extra” secondo gli studi dell'istituto sono state svolte da un numero congruo di italiani negli scorsi anni e, spesso, contemporaneamente ad altre attività, quindi in *multitasking*.

Tornando allo specifico caso dello *smart working* cui la maggior parte degli italiani si sono dovuti adattare nei mesi scorsi, abbiamo potuto constatare la presenza comunque di risvolti positivi nell'implementazione di questa modalità di erogazione del lavoro, a partire da quelli economici per finire a quelli ecologici. Il tutto sta sempre nel ricercare un equilibrio tra innovazione e salvaguardia degli aspetti umani, sociali e relazionali. Nel libro *Welfare Aziendale: e adesso?* pubblicato in formato ebook recentemente, il primo capitolo è stato proprio dedicato al tema dello *Smart Working* durante la pandemia. In esso vengono portate alla luce anche le criticità emerse rispetto ai mesi in cui in maniera coatta i lavoratori hanno dovuto accettare l'imposizione di lavorare da casa in modalità *smart*. Il telelavoro, in quanto “innovativo e importante istituto giuslavoristico” (Pesenti e Scansani, 2020) va difeso, tuttavia durante il Covid-19, trattandosi di una situazione forzata cui rispondere con soluzioni tempestive, si è assistito anche all'emergere di diseguaglianze sociali ed economiche: non tutti infatti si trovavano in delle condizioni di lavoro favorevoli a casa propria, a causa ad esempio della mancanza di uno specifico spazio dedicato, contesti familiari consoni o dotazioni tecnologiche efficienti. Inoltre, proprio come affermato nell'ebook da Pesenti e Scansani “Non v'è nulla di retrogrado, ma semmai molto di autenticamente umano, nel riconoscere [...] che ci sono mancati [...] i colleghi dell'ufficio, come ai ragazzi e ancora di più ai bambini mancano i compagni di banco o di corso. Certo, ci sono *internet* e la tecnologia a darci una mano [...], ma non è facile stare da soli, per settimane, incollati davanti a uno schermo e continuare a sentirsi parte di una squadra [...] come quando le relazioni con gli altri si vivevano *offline*, come quando c'era la fisicità dei luoghi e delle persone. Si è dunque svelato il lato oscuro dell'immateriale. Lavorare da casa, nelle attuali condizioni, non è la stessa cosa. [...] Lavorare, insomma, non è semplicemente “produrre”: è stare immersi nell'ambiente che il lavoro genera e riproduce”. (Pesenti e Scansani, 2020).

Per gli autori bisogna quindi salvaguardare ciò che di propriamente “umano” c'è nel lavoro, ma anche per salvare lo stesso SW (sigla da loro utilizzata per riferirsi allo *smart working*) dalle

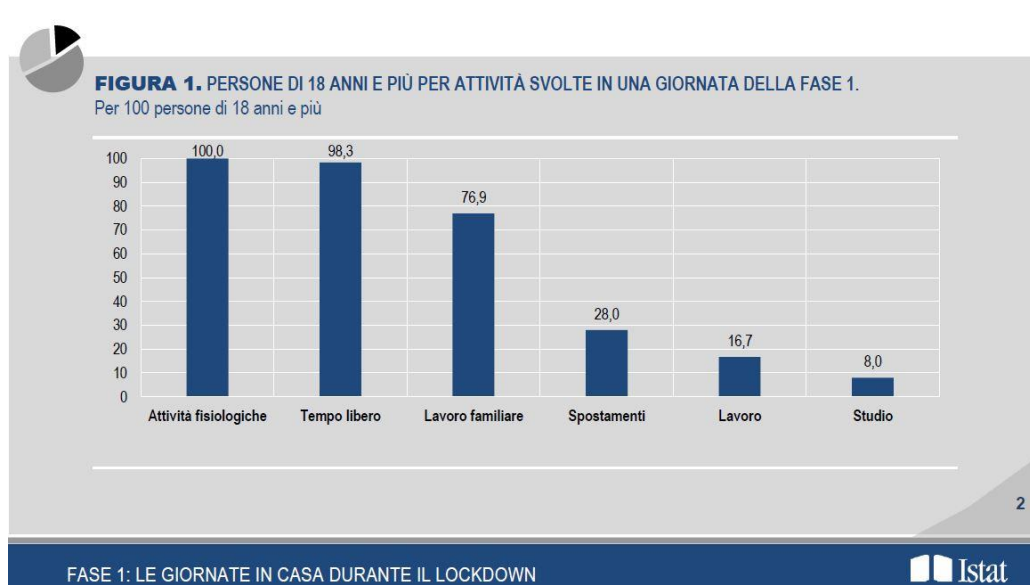
sue pericolose radicalizzazioni. Inoltre, Pesenti e Scansani, sottolineano che secondo il Centro di Ateneo Studi e Ricerche sulla Famiglia dell'Università Cattolica molti lavoratori dipendenti hanno vissuto con problematicità il fatto di aver dovuto da un giorno all'altro trasferire il proprio lavoro in casa: sono emerse dagli studi bassa soddisfazione e bassa produttività. Non è possibile pensare quindi che quello che siamo stati in grado di fare in emergenza divenga la regola d'ora in poi. Il *lockdown* non ha davvero giovato al senso di libertà e di serenità che il vero telelavoro dovrebbe generare.

Inoltre, ribattono gli autori, si dice che “durante il *lockdown*, stando in SW si è lavorato di più. Se così fosse, a parità di salario, non sarebbe certo una bella notizia! Premesso che semmai occorrerebbe lavorare non di più, ma meglio, quello che è sin qui accaduto è che il fatto di aver lavorato di più va associato al fatto di aver lavorato male, ossia in condizioni non certamente ideali. Altro assunto: la produttività è cresciuta” affermazione questa “derivante da una qualche misurazione quantitativa, se si eccettuano quelle che conteggiano le *videocall* e il numero di messaggi *WhatsApp* scambiati tra colleghi: un po' poco per dirci qualcosa di serio in proposito”.

Abbiamo probabilmente delle consapevolezza in più rispetto a prima: lavorare da casa, per via telematica e spesso in *multitasking* non giova effettivamente alla produttività, e in taluni casi rischia di far sì che le persone lavorino anche più tempo del dovuto (seppure peggio) e che il lavoro arrivi ad invadere anche gli spazi privati, dati affatto positivi, e questo è stato vero prima e durante la pandemia. Tuttavia è anche da ricordare che questa nuova modalità è stata da un lato imposta e dall'altro vissuta in maniera obbligata senza che vi fosse un'adeguata preparazione del personale; possiamo inoltre affermare che abbiamo potuto riapprezzare il valore delle relazioni intra lavorative, il contatto diretto con il *team* di lavoro e con l'ambiente anche fisico in cui tali prestazioni hanno luogo, proprio per il fatto che ci sono stati sottratti improvvisamente. E questo è stato valido, come vedremo, sia per le relazioni lavorative che per quelle private. Ci siamo resi conto dell'importanza che, seppure non accorgendocene, hanno per noi i luoghi e gli spazi d'interazione sociale: questo non significa che non sarebbe opportuno in un prossimo futuro sfruttare le possibilità che ci vengono date dalle nuove tecnologie per abbattere costi e tempi, e per ridurre la mobilità strizzando anche l'occhio all'ecologia, ma che indubbiamente non è possibile stabilire quanto questo banco di prova durante i mesi di blocco sia stato superato con successo a causa della sua natura coercitiva, emergenziale, improvvisata e quindi confusa e arrangiata.

Per quanto riguarda la percezione e l'uso del tempo durante i mesi di *lockdown*, come già affermato in precedenza, abbiamo indubbiamente assistito a un'invasione negli spazi e nei tempi della nostra vita privata da parte della nostra vita pubblica, e viceversa. Seppure quindi abbiamo indubbiamente avuto più tempo a causa sia della mobilità ridotta, sia dell'impossibilità di trascorrere del tempo fuori casa, che dei tempi relativi agli spostamenti (casa-lavoro/ casa-scuola etc) che sono stati nella maggior parte dei casi annullati, non sempre questo è stato un tempo di qualità in quanto abbiamo spesso sovrapposto più occupazioni.

Dallo studio ISTAT intitolato *Fase 1: Le giornate in casa durante il lockdown* condotto dal 5 al 21 aprile e pubblicato il 5 Giugno 2020, possiamo avere un'idea di come le persone hanno impiegato il loro tempo durante i mesi di quarantena. Il grafico in figura riportato di seguito comincia a darcene un'idea.



Un quadro questo, alla luce anche delle rilevazioni ISTAT degli anni precedenti, senza dubbio rivoluzionario, ma piuttosto prevedibile vista la straordinarietà della causa alla base di tali dati. Per quanto riguarda le attività fisiologiche, un terzo degli italiani ha dichiarato di aver posticipato la sveglia, un quinto di aver dormito di più (si chiariranno successivamente anche le motivazioni per cui non tutti son riusciti a beneficiare maggiormente del sonno) e di aver trascorso più tempo a tavola. In aumento anche il tempo dedicato alla cura di sé (specie per le donne) e alla cucina (come avremo anche modo di approfondire in seguito nel paragrafo

dedicato a questo tema specifico). Due genitori su tre hanno affermato di aver dedicato più tempo alla cura dei propri figli, hanno lavorato in media meno persone, chi ha studiato ha dichiarato di averlo fatto di più, ma quelli che l'indagine considera "i due grandi pilastri nel periodo di lockdown" (ISTAT, 2020) sono stati la TV e le relazioni sociali. Durante la Fase 1 quindi (anche per la necessità di rimanere aggiornati sulla situazione pandemica e l'evoluzione della curva dei contagi a livello mondiale) il tempo libero è stato impiegato in gran parte nell'uso di TV e radio per il 93,6% degli italiani; al terzo posto tra le attività di tempo libero, troviamo la lettura, sia online che su carta, sia di quotidiani che di libri. Tuttavia trovo che i dati più interessanti riguardino la cura dei rapporti personali, collocatasi nelle attività di tempo libero al secondo posto, dopo quindi la TV, il cui uso abbiamo chiarito essere aumentato vista anche la necessità di informarsi oltre che per il semplice piacere di guardare programmi televisivi, come poteva essere prima della pandemia. Per quanto riguarda la cura dei rapporti personali, si legge quindi nello studio "L'altra attività di tempo libero più praticata sono stati i contatti sociali, ovviamente tramite i canali consentiti. Tre cittadini su quattro hanno curato le loro relazioni sociali come hanno potuto, in un momento in cui le visite e gli incontri a familiari e amici non erano consentiti. Il 62,9% ha sentito telefonicamente o tramite videochiamate i propri parenti: lo hanno fatto soprattutto le donne (68,4% rispetto al 57% degli uomini). Anche i rapporti con gli amici sono stati curati attraverso questi due canali: lo ha fatto un cittadino su due, senza significative differenze in base al genere. La cura dei rapporti sociali, come registrato per le attività di cura dei figli, fa registrare un diffuso incremento del tempo dedicato. Il 63,5% di chi ha sentito amici vi ha dedicato più tempo del solito. Analogamente il 59,6% di chi ha sentito i parenti ha dedicato a questa attività più tempo di quanto accadeva nel periodo precedente al lockdown." (ISTAT, 2020). Un dato questo incoraggiante, in quanto all'aumentare della propria disponibilità di tempo o quanto meno della libertà maggiore nella programmazione di esso, abbiamo sentito il bisogno di riappropriarci degli spazi di interazione sociale e abbiamo avuto la voglia e il desiderio di curare i nostri affetti.

Con l'aumentare del tempo libero a nostra disposizione, ecco altri tipi di attività cui gli italiani hanno scelto di dedicarsi: "Il 53% della popolazione di 18 anni e più durante il periodo di lockdown si è dedicata alla preparazione di pane, pizza, dolci" (ISTAT, 2020), dati che avremo modo di approfondire nel quarto paragrafo di questo capitolo dedicato interamente alle scelte dei consumi degli italiani durante i mesi di quarantena. Inoltre ci si è occupati maggiormente della manutenzione della casa, come anche di attività di giardinaggio, attività

aumentate del 50% rispetto al 2015. Anche i giochi sono stati recuperati, nonché tante altre attività di tipo creativo legate ad arti figurative e alla musica, come cantare, suonare e ascoltare la musica: “Se si considera la frequenza almeno settimanale di queste attività di tipo ricreativo si osserva, rispetto al 2015, un notevole incremento. Per il canto, ad esempio, la quota di chi dichiarava di avere cantato con una frequenza almeno settimanale era pari al 2,6% mentre nel periodo del lockdown ha raggiunto il 15,9%” (ISTAT, 2020). Seppure quindi, come già ampiamente specificato in precedenza, non possiamo parlare di una vera e propria inversione di rotta da parte delle persone nella gestione del rapporto con il proprio tempo perché quest’analisi parte da delle basi legate ad un evento eccezionale e (si spera) transitorio, volendo guardare il quadro muovendo osservazioni di tipo estremamente generico potremmo affermare che, a prescindere dai motivi che hanno creato queste “occasioni”, un individuo del 2020 se messo nelle condizioni di poter disporre meglio e di più del proprio tempo libero sceglie di valorizzare le relazioni con i propri affetti, nonché di dedicarsi ad attività che potremmo definire di *otium*, occupazioni anche artistico creative, stimolanti e nel caso della preparazione di cibi fatti in casa, anche tradizionali.

Tuttavia, nonostante quest’analisi ci fornisca dei dati incoraggianti per sperare che d’ora in poi le persone si riappropriino del ruolo di “guardiani” del loro tempo, il fatto che la maggiore quantità di tempo libero di cui usufruire potesse essere impiegata solo entro le mura domestiche, nonché la vicenda dell’emergenza sanitaria mondiale che ha fatto da cornice alla nostra vita in quei mesi, come anche il fatto che non si sia trattato di un processo graduale cui si è giunti in piena coscienza bensì di una forzatura, ha fatto sì che qualitativamente il tempo vissuto entro le mura domestiche durante il *lockdown* non sia stato dei migliori. Uno studio condotto dall’Università San Raffaele di Milano afferma che sul benessere generale ha inciso fortemente uno scombussolamento dei ritmi del sonno” che ha portato nella maggior parte dei casi “a depressione del tono dell’umore e ansia.”³⁹ Come si può leggere in un articolo online de Il Bo Live dell’Università di Padova, le motivazioni alla base sono varie: “ci siamo trovati a vivere una situazione di malessere, in quanto esposti a una condizione aliena rispetto alla nostra vita esistenziale”, abbiamo mal sopportato “il senso di imprevedibilità” e “la sensazione di rischio” sia per il nostro benessere fisico e psichico, che per l’altrui. Abbiamo provato impotenza e alcuni soggetti hanno per questo scelto la via dell’isolamento. Certo abbiamo cercato di

³⁹ per l’intero articolo da cui è tratto lo studio si riporta il link qui di seguito:
https://www.adnkronos.com/salute/medicina/2020/07/16/covid-insonnia-ansia-conseguenze-del-lockdown_PGFE2k3uE2EGMhhvN7WwJ.html?refresh_ce

adattarci, e abbiamo messo in campo una non scontata resilienza personale in una situazione emergenziale e che di normale aveva ben poco.⁴⁰ Come riportato in un articolo della rivista *Scientific American* del 27 maggio 2020 dal titolo *A Monday Is a Tuesday Is a Sunday as Covid-19 Disrupts Internal Clocks*⁴¹, nella maggioranza dei casi le persone oggetto di questo studio hanno riferito di avere avuto la percezione di un rallentamento dello scorrere del tempo, un fenomeno già associato alla depressione o al disturbo da stress post-traumatico. Per altre invece l'effetto è stato quello di un'accelerazione. Per alcuni individui quindi il tempo si è dilatato, mentre per altri si è compresso. Guardando a quei mesi a ritroso inoltre, se volessimo provare a interpretare la percezione che abbiamo ora del tempo che abbiamo vissuto in quei due mesi secondo un'impostazione temporale retrospettiva, il fatto che le giornate siano state per lo più tutte simili tra loro e quasi prive di eventi memorabili fa sì che quei mesi attualmente ci sembrino volati, tanto da spingere il più delle persone a domandarsi che fine abbia fatto quest'anno la primavera. Quasi una rimozione collettiva, insomma. A complicare il tutto, il fatto di aver svolto le più diverse attività nello stesso luogo. Nella maggioranza dei casi le persone sono state costrette ad un ambiente domestico non abbastanza confortevole o ampio da garantire la differenziazione degli spazi per ciascuna attività svolta. Si pensi a chi si trovava in un monolocale, un bilocale o una casa molto piccola e magari anche in compagnia del resto del nucleo familiare. A quel punto la camera in cui si mangia, si dorme, si lavora o ci si dedica ad un hobby è sempre la stessa. Anche questo indubbiamente non ha potuto favorire un corretto ritmo sonno/veglia, per non parlare della sensazione di oppressione o claustrofobia che può aver causato una simile situazione.

Insomma, al di là delle criticità dovute alla specifica situazione, possiamo affermare certamente che i mesi di *lockdown* abbiano fatto scaturire dei seri dubbi rispetto alla sostenibilità del nostro stile di vita prima del diffondersi del virus, e che abbiano indotto le persone a delle riflessioni, come quelle relative al tempo che dedichiamo alle relazioni sociali (compresi i nostri familiari), al valore delle interazioni sociali in presenza, o anche semplicemente al tempo da dedicare alle nostre passioni; abbiamo colto la sfida delle attività da remoto, ne abbiamo apprezzato i vantaggi (come quelli di natura ecologica ad esempio) e allo stesso tempo ne abbiamo messo in evidenza i punti deboli o che meno ci convincono.

⁴⁰ per l'intero articolo si riporta link qui di seguito: <https://ilbolive.unipd.it/index.php/it/news/covid19-nostra-mente-durante-dopo-emergenza>

⁴¹ link all'articolo <https://www.scientificamerican.com/article/a-monday-is-a-tuesday-is-a-sunday-as-covid-19-disrupts-internal-clocks/>

Sarebbe interessante provare ora a introdurre nelle nostre vite “normali” ciò che riteniamo essere stato “il buono” di quei mesi vissuti a casa. C’è però il rischio di non cogliere questa opportunità e di appiattire quello che potremmo imparare sul piano dell’eccezionalità della situazione vissuta.

3.3 Tecnologie e media ai tempi della pandemia. I social come luogo di condivisione e relazione della vita in quarantena.

Il ruolo che le tecnologie e i *social media* rivestono nelle nostre vite non è da ritenersi marginale, anzi: nei capitoli precedenti, analizzando i dati messi a disposizione da Nielsen e da We are Social ci siamo resi conto di quanto, in una decina di anni, le percentuali di uso dei *social* e quindi di tempo trascorso da parte degli italiani su queste piattaforme abbia subito in incremento. Essi sono oramai strumenti centrali nella vita di quasi ognuno di noi, e ci consentono di condividere esperienze di vissuto quotidiano con la nostra rete sociale, negli ultimi anni aiutati a tale scopo, inoltre, da diverse implementazioni come quella delle *stories* di Instagram o Snapchat, e da poco anche di Facebook. Sono perciò luoghi di interazione sociale nonché di mantenimento delle relazioni che abbiamo con la rete dei nostri contatti, ma sappiamo che negli ultimi anni sono stati spesso additati come co-responsabili dello smantellamento dei rapporti e dei contatti autentici e fisici tra le persone, in quanto cause (e questo sappiamo che vale in generale per tutto ciò che è stato digitalizzato) di una vera e propria smaterializzazione di questi; siamo coscienti del fatto che creino un meccanismo di dipendenza specie negli utenti più giovani; e abbiamo potuto constatare che il più delle volte contribuiscono ad alimentare un *modus vivendi* non affatto sano per l’essere umano, e cioè quello del *multitasking*.

Tuttavia è innegabile che le tecnologie in generale per diverse attività, e i *social media* nello specifico soprattutto per il mantenimento delle relazioni personali, siano stati strumenti fondamentali durante i mesi della pandemia, in quanto solo grazie ad essi abbiamo potuto continuare a mandare avanti ciò che in un certo senso costituisce il perno delle nostre esistenze: le interazioni sociali e gli affetti da manutentare da una parte, e dall’altra le attività lavorative o di studio grazie alle quali affermiamo la nostra identità in società nonché sui cui costruiamo giorno dopo giorno le nostre certezze, fissando obiettivi successivi da portare avanti. La crisi da Coronavirus però, come abbiamo potuto constatare nel paragrafo precedente, ha fatto

crollare le nostre certezze costringendoci ad accettare una situazione spiazzante e imprevedibile, nonché minacciosa per la nostra e l'altrui salute. Qui sono subentrate le tecnologie, grazie alle quali abbiamo potuto garantire una sorta di continuità alle nostre attività giornaliere che prima portavamo avanti in presenza nella quasi totalità dei casi (si pensi appunto alle attività lavorative o di studio), seppure con tutti i limiti del caso di cui abbiamo parlato sopra.

Per quanto riguarda nello specifico le relazioni, inoltre, potremmo definire senza esagerare “salvifico” il ruolo che hanno avuto i *social media* nella salvaguardia di esse. Da strumenti di alienazione infatti, come usavamo il più delle volte definirli prima della diffusione del virus, sono divenuti gli unici strumenti possibili di relazione in un momento in cui ogni tipo di contatto sociale era vietato. In un articolo pubblicato online il 17 marzo 2020 sul Cattolica News, redazione online dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, intitolato *Covid-19, riscoprire il piacere delle relazioni*, leggiamo:

L'emergenza improvvisa dell'epidemia e l'inaspettata “sospensione” dei nostri calendari (non a caso l'area semantica della sospensione è una delle più frequentate in tutti i discorsi, articoli, messaggi in circolazione in queste settimane) ha svelato la duplice natura della stragrande maggioranza delle nostre interazioni, rovesciando le nostre percezioni. Vista l'impossibilità di seguire l'ordine programmato dei nostri impegni e l'obbligo di adeguarci al distanziamento sociale, ecco che ci stiamo abituando a perseguire obiettivi rarefacendo i nostri contatti interpersonali diretti. Tale rarefazione, però, porta in primo piano quell'impulso alla socievolezza che ci spinge a cercare gli incontri con gli altri per il puro piacere di essere con loro; impulso sempre presente e segno della nostra radice umana più profonda, ma di solito sepolto o talvolta sopraffatto da quello che dobbiamo dimostrare di essere o saper fare. In questi giorni, mi pare, molti di noi hanno riscoperto il piacere di mandare un messaggio solo per riannodare un filo con persone a cui si pensa ma che di solito “non si ha il tempo di chiamare”. Stiamo utilizzando le piattaforme di smart working per aperitivi virtuali, le chat di messaggistica e i social network per raccontare la nostra quotidianità rallentata, gli applicativi della didattica online per far sapere agli studenti che ci manca il contatto fisico e la presenza in aula, perfino il loro brusio annoiato di sottofondo.

[...] Se la socievolezza temporaneamente non può essere realizzata nei parchi, per la strada, nei locali, e in tutti i luoghi fisici che frequentiamo, allora ben vengano gli strumenti digitali che ci permettono di inventare modi creativi per non farci mancare gli uni agli altri, come sanno soprattutto i più giovani tra noi, da cui anche in questo caso sarà opportuno imparare. (Mora, 2020)⁴²

A proposito della riscoperta del valore delle relazioni è stata una percezione comune degli italiani durante i mesi di *lockdown* quella di aver restituito tempo alla cura delle relazioni affettive della propria vita, non solo con le persone con cui ci si è ritrovati a vivere obbligatoriamente sotto lo stesso tetto, bensì anche con quelle lontane da noi e che abbiamo

⁴² link all'intero articolo: <https://cattolicanews.it/covid-riscoprire-il-piacere-delle-relazioni>

potuto raggiungere solo ed esclusivamente con mezzi telematici, che si trattasse di familiari, amici, partner, colleghi di corso o di lavoro eccetera.

Andiamo ora quindi ad analizzare effettivamente qual è stato il rapporto tra gli italiani e i *social media* nei mesi della quarantena. Quanto sono stati utilizzati? A quale fine e in che modo e forma? Quali sono stati i contenuti che più abbiamo condiviso?

È chiaro che se andiamo ad approfondire il dato quantitativo, ci troviamo di fronte ad un forte incremento del tempo di utilizzo degli strumenti digitali e quindi anche *social* da parte delle persone, sia per informarsi sia per comunicare. Il tempo speso sui social ad aprile 2020 è infatti raddoppiato rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Secondo i dati di Statista del 5 Giugno 2020 “l'emergenza Coronavirus (COVID-19) ha potenziato l'uso dei social media in Italia, con un notevole aumento del consumo tra i giovani utenti tra i 16 ei 30 anni. Inoltre, i social media erano una fonte di contenuti relativi al Coronavirus. Tra febbraio e marzo 2020, Twitter e YouTube hanno registrato la massima copertura dell'argomento, con YouTube che ha persino aumentato la sua quota di contenuti relativi al Coronavirus durante il blocco forzato.” (STATISTA, 2020). Secondo le informazioni riportate, l'invio di messaggi privati istantanei sia tramite WhatsApp che tramite Facebook Messenger è stata la seconda attività più ricorrente sui social (dopo quella del *liking* ai post degli altri utenti), e non c'è da meravigliarsi vista la necessità di rimanere in contatto con la propria cerchia di conoscenze, date le misure di distanziamento sociale imposteci per legge. Le statistiche di We are Social del 22 Luglio 2020⁴³ inoltre (il report che nel mio elaborato ho già utilizzato come riferimento per un confronto dei dati nei diversi anni), riportano che per la prima volta da quando l'agenzia ha iniziato a elaborare i “Global Digital Report, ci sono più persone che utilizzano i social media rispetto a persone che non li usano. Nello specifico” il loro “Statshot di Luglio 2020 parla di circa 3,96 miliardi di persone che interagiscono tramite i social media, vale a dire una percentuale del 51% rispetto alla popolazione mondiale. [...] Non aumentano solo le persone, ma anche l'utilizzo che le persone fanno dei social. Cresce, avvicinandosi di molto a 9, il numero medio di profili social per ogni utente, un numero sicuramente impattato dai recenti lockdown, in cui gli utenti hanno avuto più tempo per rimanere in contatto con i propri cari e di testare nuove piattaforme e app.”. Negli studi recenti sui comportamenti delle persone durante la pandemia, anche il GlobalWebIndex riporta che circa il 43% delle persone in Italia tra i 16 e i 64 anni dichiara di passare più tempo di prima proprio sui *social*. Una media di 2 ore e 20 minuti al giorno nel

⁴³ link alle statistiche <https://wearesocial.com/it/blog/2020/07/digital-2020-i-dati-di-luglio>

trimestre gennaio-marzo, in tutto il mondo. Secondo lo studio “è lecito quindi aspettarsi un minutaggio più ampio dati i recenti lockdown in diverse parti del mondo e il "tempo libero" aggiuntivo da essi derivante.” (We are Social, 2020).

Passando ora al tipo di attività che sono andate per la maggiore sui *social* durante l'emergenza, centrale è stata l'esigenza per le persone di restare connessi con gli amici e la famiglia sia nel periodo di *lockdown* che in quello di *post-lockdown*. Abbiamo assistito alla nascita dell'aperitivo tramite canali *social*, a maratone live, a karaoke e feste di compleanno via app. Ovviamente anche intrattenersi e riempire il tempo libero hanno continuato ad avere una valenza importante, specie perché il tempo libero a disposizione di ognuno è aumentato. Inoltre c'è stata una crescita nell'utilizzo dei *social* per approfondire la conoscenza di brand e prodotti da acquistare (ricordiamo infatti che durante il *lockdown* tutte le attività commerciali ad eccezione di quelle per beni di prima necessità erano chiuse, quindi vi è stato un fortissimo aumento degli acquisti sul web). Fondamentale poi l'esigenza di rimanere al passo con news ed eventi, che ha guadagnato il primo posto sul podio per le motivazioni a livello globale di utilizzo delle piattaforme e di internet in generale. I *social*, quindi, sono divenuti anche un luogo di scambio di informazioni (talvolta purtroppo anche di disinformazioni che hanno contribuito indubbiamente ad alimentare, così come i toni allarmistici dei telegiornali purtroppo o il “martellamento” da parte dei talk-show i cui dibattiti sono divenuti durante la quarantena a dir poco monotematici, paranoie e comportamenti irrazionali da parte delle persone) relativamente all'andamento della curva dei contagi, ai comportamenti da adottare, alle news da tutto il mondo sulla diffusione del virus e sui provvedimenti governativi di ciascuno stato, in più nello specifico caso italiano dei contenuti dei nostri decreti legislativi nonché delle decisioni adottate dalle regioni che spesso hanno assunto posizioni diverse, creando non poca confusione tra gli italiani. I *social* hanno quindi aiutato le *community* a strutturarsi e permesso un accesso democratico all'informazione. Ma ancora più importante, si sono impegnate a filtrare la parte nociva dell'informazione: “In concreto, abbiamo visto Facebook e Instagram garantire credito illimitato in advertising alla World Health Organization per informare sul virus, consentire l'accesso a dati in forma anonimizzata, limitare la diffusione di disinformazione, connettere le persone con fonti credibili, offrire supporto ai governi e ai leader di aziende e community, sospendere tattiche di advertising che sfruttano la situazione (ad esempio per vendere maschere sanitarie a prezzi gonfiati). Twitter ha invitato le persone a informarsi da fonti credibili. YouTube indirizza le persone a fonti WHO ufficiali, sponsorizza WHO in abbinamento a tutti

i contenuti video che parlano di Coronavirus, toglie visibilità ai video che diffondono disinformazione e consente ai creator di parlare del Coronavirus e monetizzare i video di qualità.” (We are Social, 2020)⁴⁴.

I *social* hanno avuto un ruolo fondamentale e molto positivo anche in un altro senso: quello di utilizzare l’umorismo al fine di sdrammatizzare ansie e tensioni. Sono stati utilizzati una pluralità di linguaggi infatti, laddove la comunicazione è più veloce, più leggera ed è meno facile portare avanti un’argomentazione su di un tema a causa proprio delle caratteristiche intrinseche alle piattaforme e alle app *social*. Utilizzare l’ironia, alleggerire e talvolta parodiare gli avvenimenti in corso ha contribuito a farci prendere un po' di distacco da una situazione emotivamente sempre più carica, che ci ha spesso fatto perdere lucidità. Ci siamo scambiati meme e vignette ironiche ed estremamente divertenti ogni giorno via Whatsapp, video simpatici anche amatoriali e realizzati in casa circa sentimenti comuni a tutti nella quotidianità di quei giorni, come l’exasperazione o il senso di impotenza. Abbiamo condiviso attraverso immagini e video ironici le difficoltà nella gestione di attività e rapporti lavorativi in modalità *smart*, così come per i rapporti personali con le persone sotto lo stesso tetto o le difficoltà nel reperire alcuni prodotti al supermarket e così via: un parrucchiere che in casa propria fa un acconciatura a Ciccio Bello, pur di illudersi di stare lavorando ancora; mogli che travestono i mariti da cani pur di avere la scusa di fare quattro passi per strada; impiegati che effettuano una videochiamata con il loro capo in giacca e cravatta, ma che dopo qualche minuto scopriamo essere al bagno, con l’inquadratura che diventa poi a figura intera, e tanti altri contenuti simili a questi. Ci sono stati personaggi inoltre divenuti iconici, come il Presidente della Regione Campania De Luca, le cui dichiarazioni trasmesse sui *social* in *streaming* hanno fatto spesso il giro del mondo per la loro originalità, in quanto ibridavano un atteggiamento autoritario nonché sprezzante nei confronti di chi non rispettava le regole, ad una ironia sempre presente e percepibile in sottofondo. Il politico era già stato oggetto di satira e imitazioni da parte del comico Maurizio Crozza negli anni precedenti proprio per queste ragioni, ma durante la quarantena è divenuto sostanzialmente il comico e la parodia di sé stesso, tant’è che Crozza ha dichiarato di “essere stato messo in difficoltà” dal Presidente dal punto di vista “lavorativo”. Di seguito, si riportano alcuni esempi dei Meme che hanno spopolato durante la pandemia e che ci hanno fatto sorridere, aiutandoci il più delle volte ad affrontare con maggiore leggerezza la situazione di crisi pandemica mondiale.

⁴⁴ link all’intero articolo <https://wearesocial.com/it/blog/2020/03/social-al-tempo-del-Coronavirus>



I *social media* quindi sono divenuti uno strumento centrale, necessario e irrinunciabile per affrontare una situazione emergenziale e atipica che ha spezzato i ritmi delle nostre vite, che è stata responsabile di profonde sofferenze per tutti coloro che hanno perso i propri cari nella lotta contro il virus, e cioè personale medico così come pazienti. Un clima di sospensione, apprensione e caducità cui le persone, con uno sforzo non indifferente di resilienza, hanno

risposto unendosi, condividendo ansie ma anche rimedi a queste come battute, vignette, meme, video che circolavano ogni giorno sui nostri dispositivi e di cui probabilmente le gallerie dei nostri *smartphones* saranno ancora piene. Ma ancora di più, tramite i *social* abbiamo avuto la possibilità, sentendoci isolati dalla società, di fare comunità.

Nel capitolo precedente avevamo approfondito il funzionamento di strumenti e applicativi che davano la possibilità di pubblicare *ephemeral contents*, come le *stories* sui vari Instagram, Facebook etc. Abbiamo compreso che è centrale su queste *app*, fino a diventare pratica quotidiana, la condivisione di emozioni, avvenimenti, eventi, che raccontino le nostre giornate. I contenuti condivisi potevano essere vari prima del *lockdown*, ci poteva essere il racconto della propria vita privata e quotidiana, sì, ma il più delle volte ad essere pubblicate erano foto di aperitivi, cene, di serate e di eventi speciali o di viaggi anche, contenuti insomma di interesse maggiore e quindi funzionali al fine di attirare l'attenzione degli altri. È chiaro che durante la quarantena la vita sia divenuta più monotona, eppure il desiderio di raccontarsi non è diminuito, anzi, è aumentato. Le case dei *social media users* sono divenute scenografie da filmare. Luoghi di racconti della vita familiare, della vita di coppia, della vita da soli anche, per tutti coloro che hanno trascorso quel tempo di due mesi e più in solitudine e lontano dai propri affetti abitudinari. Ma stavolta, gli strumenti ad essere utilizzati, oltre alle *stories*, sono stati anche altri. Che si trattasse di personaggi del mondo dello spettacolo o meno, le dirette di ogni tipo hanno spopolato durante i mesi di quarantena: “lezioni di fitness, corsi manuali, interviste e raccolte fondi trasmesse *live* a ogni ora del giorno e della notte hanno scandito le nostre giornate nel momento in cui non c'erano più aperitivi e palestre da frequentare. Facebook ha puntato molto sul trasferimento online degli eventi, annullati per via delle circostanze, e sui videogiochi, con la app dedicata Gaming. Instagram ha investito sui *live* rendendoli più semplici da seguire, implementando la visibilità da desktop, e da salvare su IGTV.”⁴⁵ Sempre su Instagram inoltre, per quanto riguarda le *stories* “fin dai primi giorni dell'emergenza Coronavirus sono stati introdotti gli sticker “grazie” ed “eroi in corsia” dedicati agli operatori sanitari e ai lavoratori. Poco dopo è arrivato l'adesivo “io resto a casa”, con tanto di storie a tema raggruppate in evidenza sulla *Home*, per incentivare gli utenti a seguire le regole del lockdown. Infine sono arrivate le *challenge*, sfide virtuali fino ad oggi prerogativa di Tik Tok.”⁴⁶

⁴⁵ link all'intero articolo <https://tg24.sky.it/tecnologia/now/2020/05/21/social-network-come-sono-cambiati-Coronavirus>

⁴⁶ ibidem.

Tik Tok (in origine Musica.ly) è un *social network* che si distingue da tutti gli altri perché basato sulla condivisione di clip video associate ad effetti sonori e musica. Nel 2019 è stata la terza applicazione più scaricata dopo WhatsApp e Messenger, usata prima dai più giovani e poi diffusasi anche tra le generazioni più adulte. Una piattaforma dalle grandi potenzialità, tant'è che anche le aziende stanno iniziando a sfruttare TikTok per promuovere il proprio brand.

Il 2019 quindi è stato l'anno in cui gli italiani hanno riscoperto la creatività attraverso questo *social*, caricandovi in media 236 video al minuto. Danze, meme, creatività, video virali e celebrità sono fra gli elementi che hanno portato la piattaforma a diventare uno dei maggiori fenomeni dello scorso anno in Italia. Secondo i dati di Statista per Maggio 2020, durante la pandemia la piattaforma contava oltre quattro milioni di utenti attivi mensilmente. In un articolo di Skytg24 online del 21 maggio leggiamo a proposito del *social* in questione: “Quella di Tik Tok è stata tra le piazze virtuali più frequentate degli ultimi mesi. Non sono mancate le challenge dedicate all'emergenza per coinvolgere e sensibilizzare gli utenti. Gli hashtag #iorestoacasa, #lavatilemani e #andràtuttobene hanno raccolto milioni di contenuti. Dopo l'introduzione dello sticker per le donazioni, è nato il trend #TuttiFratelli per sostenere la raccolta fondi della Croce Rossa italiana. Altre istituzioni, come l'Oms, hanno lanciato proprio in queste settimane un account per diffondere video informativi sul virus.”⁴⁷. Durante i mesi di quarantena quindi contenuti relativi al virus hanno spopolato anche su questa piattaforma, ma non solo: grazie alla tipologia di funzioni disponibili su quest'app, seppure rimanendo in casa le persone sono riuscite a creare contenuti creativi e virali, *challenges* nelle quali hanno coinvolto anche le persone con cui si trovavano a trascorrere il *lockdown*, non solo quindi video ironici sulla pandemia e sulla situazione anomala che ci si trovava a vivere, ma anche semplicemente video che in maniera originale raccontassero le proprie giornate trascorse in casa. Non solo giovani come abbiamo specificato prima, ma intere famiglie si sono messe in gioco realizzando video e “condividendo la loro quarantena”, che fossero mossi dalla partecipazione a delle sfide virali o meno. Lo stesso hanno fatto anche tanti personaggi dello *star system*, creando ancora più coinvolgimento su questo, come su altri *social*.

Il bisogno di raccontarsi e di raccontare si è fatto ancora più forte quindi in questi mesi, e come abbiamo già detto in precedenza la tecnologia in generale e i *social media* in particolare si sono rivelati fondamentali in questa fase dell'anno del tutto inaspettata, consentendoci di

⁴⁷ link all'articolo <https://tg24.sky.it/tecnologia/now/2020/05/21/social-network-come-sono-cambiati-Coronavirus>

tenerci compagnia e condividere gli uni con gli altri emozioni, preoccupazioni e vissuto in un momento in cui l'isolamento forzato per fermare la curva dei contagi contribuiva a farci percepire un senso di impotenza e alienazione che veniva amplificato dalla distanza che eravamo costretti a mantenere obbligatoriamente gli uni dagli altri. Persino i telegiornali hanno cominciato a introdurre un "format quarantena" quasi "da social", sollecitando il loro pubblico a inviare alla redazione storie di vita quotidiana personali ai tempi del *lockdown*, creando così un archivio di racconti sottoforma di documentario in soggettiva.

Tornando ai *social media* quindi, questi, da mezzi che notoriamente spingevano e spingono all'alienazione nell'immaginario collettivo, sono passati ad essere mezzi che hanno rafforzato la coesione tra le persone, anche con gli stessi membri familiari con cui si realizzavano durante la quarantena contenuti multimediali da condividere.

In conclusione, non si può affermare che il potenziale dei *social* fino ad oggi sia stato totalmente inespresso, ma possiamo ritenere che sia stato quantomeno adombrato dallo scetticismo che tutti, chi più e chi meno, nutriamo (anche a ragione) nei confronti di questi mezzi che contribuiscono ad alienarci e alla smaterializzazione dei rapporti umani, che assorbono ore del nostro quotidiano e ci calano in realtà virtuali spingendoci a mostrare anche un sé lontano dal nostro, talvolta inautentico e costruito, come abbiamo potuto constatare durante l'analisi da me condotta nel precedente capitolo sul loro uso intensivo che specialmente noi italiani ne facciamo ogni giorno e le conseguenze sul piano anche psicologico di quest'uso. In questa occasione invece abbiamo potuto apprezzare il loro potenziale senza mezzi termini, situazione che certo dobbiamo ricordare, nonché sperare, essere stata del tutto eccezionale.

Forse la lezione che dovremmo imparare è proprio questa: ricordare di utilizzare questi strumenti come mezzi per un fine, o un passatempo anche creativo certo, ma non farci domare da essi: mezzi attraverso i quali espletare attività, "farci due risate", venire a conoscenza di contenuti informativi, esplorare prodotti e servizi, condividere se vogliamo emozioni personali e raccontarci senza farne però un'ossessione; mezzi che ci consentano di raggiungere la nostra rete di contatti velocemente e mantenerla, per poi in condizioni normali frequentare i nostri affetti e le persone a noi care soprattutto fisicamente, dedicando loro del tempo, quindi, e non viceversa crearci una realtà virtuale fatta di volti, legami in realtà labili, numeri di *likes*, *views*, eccetera che ci fanno perdere contatto con chi abbiamo di più vicino fisicamente a noi, sottraendo alle relazioni umane tempo ed energie. È infatti innegabile che durante la quarantena che ci ha costretti tutti a casa abbiamo sentito la mancanza di legami veri, persone da frequentare

in presenza, come è anche vero che abbiamo potuto apprezzare meglio il tempo che abbiamo condiviso con le persone con cui siamo stati sotto lo stesso tetto. A questo proposito, concludo con un simpatico meme che sicuramente in molti avremo ancora in qualche cartella della galleria del nostro *smartphone* il cui testo recita: “Sono rimasto a casa con la mia famiglia! Sembrano brave persone”.

3.4 I consumi ai tempi della quarantena: la ribalta del “fatto in casa” all’italiana.

La diffusione del Coronavirus in Italia ha inciso radicalmente sulle nostre scelte e sui nostri comportamenti di consumo, e diversi rilevamenti che sono stati effettuati durante i mesi di *lockdown*, così come i dati aggiornati che abbiamo a disposizione ad oggi, ne sono la conferma.

Le otto settimane di quarantena, cominciate a partire dalla fine di febbraio, hanno provocato dei contraccolpi inevitabili sulle abitudini di spesa degli italiani, e hanno generato fasi diverse rispetto alle tipologie di acquisti che di settimana in settimana mutavano con l’evolversi della situazione e quindi del sentire comune rispetto al grado di gravità e allerta percepito.

Più nello specifico, in un articolo di approfondimento sul tema che riporta alcuni dati interessanti, a cura di *italiani.coop* (fonte di cui mi sono servita anche nel precedente capitolo per raccogliere i dati sulle scelte alimentari degli italiani negli ultimi anni), si è definita la prima reazione dei nostri connazionali alla notizia della circolazione del virus in Italia e poi alla chiusura delle attività e l’inizio della quarantena, una reazione da “assedati da bunker”⁴⁸.

In effetti quello che è avvenuto all’inizio della quarantena è stato proprio questo: il panico generale ha portato le persone ad avere delle reazioni spropositate nell’ambito degli acquisti, e abbiamo assistito nelle primissime settimane del *lockdown* al fenomeno delle “scorte da assedio” (*italiani.coop*, 2020). Le vendite totali del sistema Coop Italia hanno registrato infatti un incremento del 14,6 % che, quando è divenuto chiaro che la quarantena si sarebbe prolungata fino a data da destinarsi e dipendentemente dall’evoluzione dell’andamento della curva dei contagi, e che soprattutto gli approvvigionamenti sarebbero rimasti costanti (come infatti è stato), la crescita delle vendite si è attestata al 5,6% nel totale delle otto settimane. I prodotti andati maggiormente a ruba sono infatti stati cibi a lunga conservazione e nutrienti. La carne in scatola (le cui vendite sono aumentate del 62%), ad esempio, così come i legumi in scatola, o

⁴⁸ link all’articolo <https://www.italiani.coop/dal-bunker-ai-peccati-di-gola-storia-della-spesa-in-pandemia/>

le minestre liofilizzate (che hanno visto un incremento del 37%), prodotti di solito poco usati e di lontana memoria. A seguire riso, zucchero, latte UHT, biscotti e fette biscottate. Non è mancato inoltre il pesce surgelato o in conserva come il tonno. Un vero e proprio boom lo ha avuto anche la pasta, quasi scomparsa dagli scaffali nei primi giorni ad eccezione di qualche formato meno gradito dagli italiani, così come anche l'olio d'oliva. Si è teso quindi a fare scorta, se consideriamo l'andamento delle categorie di prodotto al supermercato. Gli altri beni che più sono andati a ruba nelle prime settimane del *lockdown* come anche successivamente, non appartengono al comparto alimentare, bensì a quello dell'igiene (disinfettanti, guanti monouso, mascherine, etc), come si potrebbe facilmente intuire, e anche in questi casi si è potuto parlare di un vero e proprio assedio ai negozi. A partire dalla seconda settimana di marzo secondo i dati Nielsen, è salita la percentuale di coloro che hanno dichiarato di aver ridotto la frequenza di visita nei supermercati (40%, +26pp), nei negozi di alimentari (38%, +25pp) e nei mercati rionali (63%, +36pp), questo evidentemente per la paura sempre maggiore di contrarre la malattia infettiva, ma allo stesso tempo è aumentata la propensione a fare scorte di circa il 28% (+12pp). Numeri questi coerenti e in linea con il generale aumento della preoccupazione che, nonostante i dati relativi alle zone più colpite (quelle del Nord-Italia principalmente) è rimasta alta al Sud (64% degli italiani) e in particolare in Campania (66%) più che al Nord-Ovest (57%).

Passata la prima fase di panico generale, il trend degli acquisti già a partire dalla terza settimana di marzo ha subito delle variazioni. Calate le vendite di prodotti quali pasta, latte UHT, riso, olio extravergine, biscotti eccetera, gli italiani si sono spostati su altre tipologie di prodotti, dati che si riveleranno molto interessanti ai fini della mia indagine, come vedremo adesso. Dalla terza settimana in poi, quindi, gli italiani hanno ricominciato a fare la spesa con moderazione e senza assalti agli scaffali. Quali sono stati i prodotti allora tornati alla ribalta?

Come abbiamo potuto osservare nei precedenti paragrafi, l'aumento del tempo a disposizione di ciascuno di noi, il fatto di essere confinati a vivere entro le mura di casa propria per la gran parte della giornata ad eccezione dei momenti in cui andare a fare la spesa al supermercato, quelli in cui andare a portare a spasso il cane o a fare una capatina in farmacia, nonché la dilatazione dei ritmi giornalieri avvertita da molti, hanno portato i nostri connazionali a recuperare e intraprendere tante di quelle attività che per mancanza di tempo, e che presi dalla concitazione giornaliera, non si riuscivano mai a portare avanti nella quotidianità della vita pre-Covid, come la manutenzione della casa, il giardinaggio per chi ha a disposizione un proprio spazio verde cui potersi dedicare, e tante altre occupazioni compresi hobby quali la lettura,

l'ascolto della musica eccetera. Una di quelle attività cui gli italiani dedicavano sempre meno tempo negli ultimi anni, seppur rappresentativa di un momento fondamentale e irrinunciabile nell'arco della nostra giornata e cioè quello dei pasti, era proprio quella del cucinare. Avevamo potuto osservare infatti dai dati del rapporto Coop 2019 che la situazione per l'anno precedente era più o meno questa "Sempre più impegnati a lavorare, gli italiani dedicano meno tempo ai fornelli. Nel 2018 è cresciuta la spesa per la ristorazione extra-domestica, che si è attestata a 83 miliardi di euro per consumi alimentari fuori casa. Anche quando rimangono in casa preferiscono mangiare alimenti già pronti o semi-pronti. Sempre più persone scelgono instant food dagli scaffali del supermercato, che è cresciuto del +9,3% in un anno. Basti pensare che il food delivery (i servizi che portano i pasti direttamente a casa tramite i rider) è usato dal 26% degli italiani."⁴⁹, come riportato in un articolo del Corriere della Sera che riassume i dati del rapporto Coop dello scorso anno. A quanto pare invece, con l'inizio dell'emergenza sanitaria e il successivo *lockdown*, la rotta è stata completamente cambiata e il trend ribaltato.

Con più tempo a disposizione infatti, gli italiani sono tornati ai fornelli, facendo calare drasticamente le vendite di cibi pronti, e facendo aumentare vertiginosamente quelli di altre tipologie di prodotti come farine e lievito. Si legge infatti nell'articolo del 2 Maggio 2020 di *italiani.coop*, che durante la quarantena "la cucina è divenuta uno dei molti modi per passare il tempo: gli italiani sono diventati tutti più o meno pizzaioli, pasticceri e panettieri. Nel totale delle otto settimane la vendita di lievito di birra è cresciuta in media del 149% e quella della mozzarella per pizza del 109%. Uova, burro, farina nel passaggio dalla prima alla seconda fase del lockdown sono ancora in testa al gradimento degli italiani; ad oggi le uova e il burro registrano nel totale dei due mesi crescite del +44% e +46% ma le prime sono addirittura aumentate da marzo a aprile (dal +36,6% al +47,4%), stessa sorte è toccata al burro (dal +39,5% al +49,2%). La farina è passata dal +114% delle prime tre settimane al +174% delle successive 5 per attestarsi a una crescita media nell'intero periodo del +152%. All'inverso, dal 16 marzo al 19 aprile, le vendite del pane sono calate del -30%, forse anche perché quasi un italiano su due ha paura di comprare cibo che poi non può cuocere." (*italiani.coop* 2020). I prodotti per la panificazione hanno quindi fatto notare la propria crescita nella terza settimana di acquisti: anche le conserve di pomodoro hanno registrato un +17% rispetto alle vendite, già in crescita, delle prime due settimane. Il lievito di birra, poi, proprio in quelle settimane, è stato uno dei

⁴⁹ link all'articolo <https://www.corriere.it/economia/consumi/cards/rapporto-coop-2019-italiani-cucinano-meno-spendono-piu-il-cibo-pronto-boom-food-delivery/gli-italiani-cucinano-sempre-meno.shtml>

prodotti andati praticamente più a ruba, dal momento che gli italiani si sono dilettrati nella preparazione della pizza fatta in casa, convertendosi improvvisamente in fornai e pizzaioli, ma pure pasticceri, tant'è che si sono sbizzarriti anche nella realizzazione di dolci casalinghi e, in molti casi, anche di pasta fatta in casa. A testimoniarlo, anche stavolta, la miriade di post, storie e video pubblicati sui *social* che, con tanto di hashtag dedicati, che mostravano i risultati dei laboratori culinari sparsi per tutta Italia da Nord a Sud entro le mura domestiche di tutti noi.

Diverse agenzie hanno esaminato infatti i *trending topic* generati da un algoritmo che identifica gli argomenti più dibattuti on line, ed è risultato evidente che durante i 57 giorni di *lockdown* gli italiani si siano dedicati specialmente ai fornelli al fine di superare la paura dell'incertezza del futuro. In particolare l'agenzia Soluzione Group, specializzata nella comunicazione digitale, ha condotto una ricerca i cui risultati hanno confermato questo trend, prendendo in analisi i post con l'hashtag #quarantena (372.577 raccolti dal lancio della campagna #iorestoacasa). Gli analisti si sono concentrati su un periodo di 24 ore e su un campione di 37.500 persone. Hanno rilevato che le *mention* inerenti a parole chiave legate al termine quarantena e abbinate ad altre parole chiave del mondo alimentare (o del #food, termine che si usa nei *social* per riferirsi all'ambito dell'alimentazione) quali #cibo, #foodporn, #cooking, #foodlover, #pizza sono state 1100 in un solo giorno. Gli italiani a quanto pare hanno cucinato davvero di tutto in casa, ma il primato è stato mantenuto dalla pizza. Un dato che trova appunto conferma anche nei dati dei prodotti più acquistati nei supermercati durante la quarantena: dagli impasti per pizze aumentati di +38% pp ad altre creazioni casalinghe come le torte, seguite poi anche dal pane e dai biscotti. Al quinto posto secondo le statistiche, si posiziona il tiramisù. Sono stati soprattutto i giovani tra i 25 e i 34 anni a riempire i propri profili social di sperimentazioni culinarie: loro è il 49,7% dei post pubblicati presi in esame, quindi uno su due. Quanto al genere, le donne si sono dedicate ai fornelli più degli uomini: 58,5% contro 41,5%.

Si è combattuta l'ansia, che è stata curata ai fornelli, sperimentando quindi nuove ricette o tornando a realizzare prodotti fatti in casa secondo la tradizione secolare della cucina italiana che fino alla generazione delle nostre nonne era sostanzialmente una pratica quasi quotidiana, e questa tendenza ha coinvolto indistintamente persone comuni così come personaggi pubblici e vip dello *star system*. L'*hashtag* più usato sui *social media* durante i mesi di quarantena, quindi, è stato #pizza. Altro dato interessante riportato da un altro articolo a cura di italiani.coop, è quello relativo alla ricerca della parola "ricette" su Google, che a quanto pare è

rimasta stabile fino all'entrata in vigore del decreto che dava il via alla quarantena, per poi registrare una crescita repentina nei giorni immediatamente successivi (+30 punti base in media) e raggiungere il picco di intensità il 22 marzo. Come parole correlate a quella di "ricetta" troviamo "dolci", "pasta", "veloci", "per torte". Inoltre nelle ultime settimane di marzo ha scalato la classifica la parola "zeppole" a quanto pare, probabilmente data la prossimità della festa del papà del 19 marzo, occasione appunto per la quale si preparano le zeppole di San Giuseppe, dolce tipicamente partenopeo. Questi dati sono stati raccolti attraverso una mappatura dei Google Trends tra il 21 febbraio (il giorno in cui si è venuti a conoscenza del focolaio di Codogno) e il 24 marzo (ultimo giorno che è stato messo a disposizione per l'analisi dal motore di ricerca).

Gli italiani quindi, ai tempi della quarantena da Covid-19 si sono riconvertiti in chef e panettieri. Ad una crescita delle vendite di prodotti per realizzare cibi fatti in casa, come nel caso più eclatante che ha riguardato le vendite di farine, lieviti e mozzarelle per provare a fare la pizza in casa, è corrisposta una diminuzione della spesa per il *take away*, i prodotti da rosticceria e i servizi assistiti.

A partire poi dal mese di aprile, si sono cercati gratificazione e relax nel comparto bevande, con aumenti a doppia cifra per birra, vino e alcolici in generale. Anche tisane e camomilla hanno visto crescere le loro cifre per le vendite. Un boom considerevole c'è stato anche per le tavolette e barrette di cioccolato, ma anche per affettati e patatine, acquistati in larga parte per rimediare un aperitivo fatto in casa (come abbiamo visto in precedenza, anche per via telematica). C'è stato qui "un vero e proprio salto in avanti rispetto alla prima fase" che ha visto crescere "a due cifre le vendite di aperitivi e birra, [...] le creme spalmabili, come la Nutella" (italiani.coop 2020). Nel nostro carrello hanno fatto ritorno quindi alcuni sfizi cui in un primo momento si era rinunciato, accecati dalla foga di fare scorte. La gola, ad un certo punto, è tornata a prendere il sopravvento. Ad ogni modo, non si è fatto a meno di prodotti anche freschi e freschissimi, carni bianche e rosse, nonostante si andasse a fare la spesa una volta a settimana, per esporsi quanto meno possibile al rischio del contagio.

Riporto infine qui di seguito dei dati molto interessanti estrapolati da uno studio dell'Oersa (Osservatorio sulle eccedenze, sui recuperi e sugli sprechi alimentari) del Crea Alimenti e Nutrizione, che ha condotto un'indagine nazionale sottoponendo un questionario ad un campione abbastanza rappresentativo della nostra popolazione al fine di documentare e analizzare i mutamenti nell'alimentazione quotidiana durante la quarantena del Covid-19.

Secondo l'indagine un congruo numero di intervistati ha dichiarato che durante la quarantena il consumo di alimenti sani come frutta, verdura, legumi eccetera è aumentato, rispettivamente per il 33%, per il 29% e per il 26,5% della popolazione, ma è anche vero che il 44,5% del campione ha ammesso di aver consumato più dolci e il 16% di aver bevuto più vino, a conferma dei dati che abbiamo riportato in precedenza sui trend delle vendite nei supermercati. Si lamenta quindi un aumento di peso per quasi la metà degli intervistati, in quanto a un maggiore apporto calorico non è corrisposta un'adeguata attività fisica, che è invece appunto diminuita date le circostanze. Confermati dall'indagine anche i dati relativi alla maggiore propensione alla sperimentazione culinaria: il 40% degli intervistati afferma infatti di aver provato nuovi cibi e il 32% nuove ricette, in misura comunque di gran lunga maggiore rispetto a quanto si era abituati a fare prima della quarantena. In aggiunta, il 24% del campione ha dichiarato di avere migliorato le proprie abitudini alimentari e di aver maturato abitudini ecosostenibili come fare la raccolta differenziata, conservare e consumare alcuni alimenti acquistati in eccesso, oppure mangiare tutto, inclusi gli avanzi. Laura Rossi, ricercatrice Crea Alimenti e Nutrizione e coordinatrice Oersa, spiega che “Pur con i limiti di un questionario auto-riferito e con un campione opportunistico le limitazioni imposte dalla quarantena non hanno avuto effetti totalmente negativi sull'alimentazione e sullo stile di vita del campione. A fronte dell'aumento di comfort food (dolci), abbiamo anche maggiori quantità di frutta, verdura e soprattutto legumi. Si tratta in realtà di dati che sono in linea con quelli sulla spesa degli italiani nel primo trimestre del 2020. Il tempo trascorso in cucina è stato orientato alla preparazione di piatti con ingredienti salutari. Tutto ciò ha favorito momenti di convivialità e di condivisione del pasto e ha portato inevitabilmente – complice l'assenza di attività fisica – a un impatto sulla percezione del peso”.⁵⁰

Per passare al meglio il tempo della quarantena quindi gli italiani hanno scelto di rimettersi ai fornelli, e farlo nella maniera più creativa possibile, scegliendo anche di rivalorizzare la tradizione nostrana della cucina. Abbiamo preparato pane, pizza, dolci e tanti altri prodotti realizzati in casa. Ci siamo concessi alcuni piccoli sfizi come cioccolata o vino, cercando spesso conforto nel cibo. Antistress, antidepressivo, passatempo e recupero delle tradizioni nonché del piacere nel riscoprire e ridare dignità alla lentezza, ai tempi obbligati della lievitazione di un impasto per pizza o per dolci, alla manualità e alla convivialità. Abbiamo ritrovato il piacere del sano e dell'autentico, in questa maniera, riportando sulle nostre tavole prodotti quanto più

⁵⁰ link all'articolo <https://ilfattoalimentare.it/covid-19-abitudini-lockdown.html>

vicini alla nostra tradizione. Indubbiamente anche il km 0 ne ha giovato, fermo restando che la disponibilità di prodotti anche più “esotici” è rimasta pressoché la stessa anche durante il periodo di *lockdown*, in quanto la mobilità delle merci, contrariamente a quella delle persone, specie per il settore alimentare poi, non ha subito interruzioni. Ma il dato più interessante è che all’aumentare del tempo disponibile nonché trascorso entro le mura domestiche, quasi coralmemente gli italiani hanno pensato di dedicarsi alla preparazione di alimenti fatti in casa. Quest’anno avendo anche trascorso la Pasqua e la Pasquetta in casa, ancor più degli altri anni abbiamo probabilmente trascorso tantissimo tempo ai fornelli, sperimentando magari per la prima volta ricette di prodotti tipici pasquali che magari precedentemente in molti non erano più soliti realizzare in casa, bensì comprare, anche al Sud Italia. E la pizza è stato l’alimento più gettonato, pietanza tipicamente partenopea e quindi italiana, per la quale siamo conosciuti in tutto il mondo. Non Sushi quindi, non Poke, non Hamburger, bensì una netta rivalutazione della nostra arte e cultura culinaria.

Chiaramente non dobbiamo dimenticare che le circostanze eccezionali dovute alla crisi pandemica mondiale in atto hanno favorito senza dubbio questa riappropriazione della nostra tradizione: tra il non avere affatto tempo per cucinare, e avere a disposizione ore e ore della propria giornata, vi è indubbiamente una via di mezzo. Questo vale anche per la scelta del tipo di cucina: tra il prediligere maggiormente l’esotico a ogni costo o il mangiare sempre tradizionale, ci può essere un equilibrio, a seconda ovviamente dei propri gusti. Tuttavia, occorre andare d’ora in poi sempre e comunque nella direzione della sostenibilità, arrivando presto o tardi a scegliere cosa è indispensabile e cosa no, di cosa possiamo fare a meno se vogliamo migliorare l’ambiente che ci circonda, salvaguardandolo, nonché le nostre vite, e quali invece sono i prodotti dei quali abbiamo deciso di non poter assolutamente fare a meno, fermo restando che bisognerebbe cominciare a ragionare nell’ottica di un approvvigionamento quanto più ecosostenibile possibile, tema che è stato affrontato nel precedente capitolo, perché grazie alle tecnologie avanzate che esistono anche in campo agricolo oggi non ci sono più scuse per non cominciare a ragionare in maniera sostenibile. Questo deve essere un assunto fisso, un basso continuo dei nostri criteri di scelta. La chiave non può non essere una economia più sostenibile, da cui deriverebbe certamente uno stile di vita più sostenibile, e un mondo quindi più sostenibile.

CAPITOLO IV

Un'indagine qualitativa sulle percezioni degli italiani: la vita prima, durante e dopo la quarantena.

4.1 Introduzione.

Nei capitoli precedenti ho condotto un'analisi socio-economica della nostra società, partendo dalle considerazioni e riflessioni di Giampaolo Fabris contenute nel suo lavoro *La società post-crescita*, pubblicato nel 2010. Mi sono soffermata in particolare su tre aspetti: quello del tempo, focalizzandomi sul modo in cui le persone lo impiegano in una società ultraveloce che sembra essersi arrestata forzatamente solo qualche mese fa a causa della crisi sanitaria mondiale provocata dal nuovo Coronavirus; su quello delle emozioni e delle relazioni, vissute oramai sempre di più da remoto (specialmente via *social media*, divenuti un nostro naturale prolungamento in particolare negli ultimi anni) piuttosto che di persona, che sia per scelta o per necessità; infine, sull'aspetto della tradizione, delle radici e dell'autenticità e del loro valore, che, in un panorama economico iperconnesso e globalizzato, si va spesso a disperdere, cosa che è sembrata attenuarsi (sempre per cause di forza maggiore) durante il *lockdown* degli scorsi mesi, specie per quello che riguarda il settore alimentare, settore appunto utilizzato da me come termometro dello stato di ritorno o meno alle radici e alla tradizione "italiane".

In una società avvezza a ogni genere di consumo quindi, da quello delle ore del proprio tempo a quello delle emozioni e dei momenti di intimità immortalati dagli *smartphones* e condivisi sulle piattaforme sociali, oltre che a quello dei beni più classici (come quelli di prima necessità eccetera), ho voluto fotografare e riportare, al fine di un confronto, tre "momenti"

nello specifico degli ultimi decenni, con la speranza di notare un'evoluzione verso una direzione più sostenibile della società che Fabris, dieci anni fa, credeva sarebbe stata possibile già nel 2020: il 2010, sapientemente analizzato e descritto dall'autore, punto di arrivo rappresentativo dei trend degli anni ma soprattutto dei decenni precedenti ad esso; il 2020 (fino al mese di febbraio escluso, mese dal quale ha avuto inizio la crisi pandemica mondiale), anno anche in questo caso esemplificativo dei trend del decennio 2010-2020; infine, il nostro passato più prossimo, e cioè quel "momento" che potremmo più efficacemente descrivere come una vera e propria nuova fase o era per la nostra società e per le economie mondiali, fase cominciata da Febbraio 2020 con l'inizio della quarantena e prolungatasi fino a maggio/ giugno circa, quando poi sono state sospese le restrizioni relative alla mobilità. Una fase, quest'ultima, che ha portato a dei mutamenti nel nostro modo di vivere e a delle conseguenze di cui possiamo avvertire un inevitabile prolungamento anche nel nostro presente. Ne stiamo infatti da una parte vivendo gli strascichi, mentre da un'altra parte temiamo possa esserci un ritorno di un'altra chiusura, blocco alle nostre abitudini pregresse, in quanto il virus continua a evolvere e mutare mentre la scienza lotta contro il tempo alla ricerca di un vaccino. Una consapevolezza dello stato attuale delle cose, questa, che desta non poche preoccupazioni in tutti noi, costringendoci a vivere in un clima di costante precarietà, incertezza e sospensione che ci spaventa non poco.

Nell'arco della fase di elaborazione e stesura di questa tesi ho maturato l'idea che potesse essere utile andare ad approfondire quale fosse il *sentiment* generale delle persone relativamente all'esperienza del *lockdown* da noi tutti vissuta negli ultimi mesi. Nello specifico ho deciso di interessarmi ai possibili mutamenti che questa crisi può aver portato nelle tendenze di fondo della vita di ogni giorno. In alcuni casi molte delle abitudini che avevamo nella nostra precedente vita quotidiana (specie quelle malsane) sono state riviste e modificate definitivamente o quasi alla luce dei nuovi avvenimenti: una situazione drammatica ed eccezionale quella del Covid-19 che ha però scosso la maggior parte delle coscienze nel mondo relativamente a tanti aspetti della nostra vita in società come anche nel privato. In altri casi certi usi e certe abitudini sono stati mutati solo momentaneamente e in maniera forzata per il tempo della quarantena, per poi ritornare a condurre la vita di sempre (o quasi) al momento della riapertura.

Alla luce di queste riflessioni e in conclusione all'analisi da me sin qui condotta, adotterò in quest'ultimo capitolo un approccio sperimentale che ritengo utile nonché opportuno (seppure nei limiti dell'indagine da me condotta, come chiarirò a breve) per comprendere a fondo la

portata dell'impatto che l'esperienza del Covid-19 ha avuto sulle abitudini, sui valori, sugli ideali e le tendenze di noi tutti.

A questo scopo, ho strutturato un questionario che ho somministrato ad un campione casuale di persone, di varia provenienza geografica nonché differenti fasce d'età, condizione e status occupazionale. Il mio intento quindi, non è quello di ricavare dei dati scientifico-statistici, in quanto sarebbe impossibile per diverse ragioni: si tratta infatti di un'indagine qualitativa (il questionario consta di sole domande aperte), ma, soprattutto, è stata sottoposta ad un gruppo volontario e casuale di persone, peraltro esiguo (10 persone). Per queste ragioni, tale questionario non può dirsi rappresentativo a livello statistico-quantitativo della situazione generale in Italia: tuttavia, esso compone un mosaico di impressioni e percezioni raccolte da rappresentanti dei più disparati ambiti geografici, di età e di stato professionali, e ne riporta pertanto l'esperienza diretta e dettagliata in forma di intervista imperniata su cinque domande.

Tale analisi servirà dunque a fare emergere eventuali cambi di direzione nelle abitudini degli "italiani" che potrebbero essere stati consequenziali all'esperienza della quarantena cui siamo stati sottoposti durante la Fase 1. Il mio intento quindi è quello di raccogliere percezioni e ipotetici cambiamenti nelle tendenze di fondo dei nostri connazionali, al fine di capire se, dopo l'esperienza di questo arresto forzato vi siano stati cambiamenti di tendenza. Il lockdown ha portato con sé tutta una serie di conseguenze, come la sensazione di una dilatazione del tempo, la riscoperta del valore delle relazioni umane, l'invasione da parte dei dispositivi elettronici a tutto tondo stavolta anche come unici mezzi possibili per rimanere in contatto con la nostra rete di conoscenze, l'improvviso ritorno della voglia di dedicarsi all'arte culinaria e alla preparazione di pietanze fatte in casa e tradizionali e tanti altri effetti di cui abbiamo fatto menzione nel precedente capitolo. È stato possibile e sarà possibile anche in futuro pensare di poter modificare il nostro modo di vivere in una direzione più sostenibile, facendo tesoro dell'esperienza e delle consapevolezza maturate durante il periodo del *lockdown* che ha rivoluzionato le nostre vite? Quest'esperienza è riuscita a fornirci qualche spunto in più di riflessione rispetto al *modus vivendi* che abbiamo da sempre adottato fino a febbraio 2020 e mai o raramente messo in discussione, oppure si è trattata di una parentesi che adesso, in una fase di riapertura e parziale ritorno alle vecchie abitudini, avremo voglia di chiudere? Eviteremo di attingervi al fine di trarne degli spunti utili per ripensare ad un nuovo modello socio-economico, (così come Fabris circa una decina di anni fa, aveva invece sperato che sarebbe

avvenuto), o viceversa esso ha rappresentato un punto di svolta e un'opportunità, oltre che una crisi, nel nostro modo di vivere?

4.2 Metodologia.

Come già ho avuto modo di anticipare nel primo paragrafo di questo capitolo, lo studio da me condotto e riportato nelle pagine che seguono è di tipo qualitativo. Di seguito si riferisce l'impostazione metodologica da me adottata in questa ricerca.

In primo luogo, le domande sono state formulate tenendo conto delle tematiche approfondite nei precedenti capitoli, e cioè quelle al centro del dibattito della mia tesi, riviste però alla luce dei recenti avvenimenti relativi alla pandemia globale: il modo in cui impieghiamo il nostro tempo, le relazioni che intratteniamo e le emozioni che condividiamo con gli altri (specie via *social media*) e la rivalutazione delle nostre (italiane) radici e tradizioni (nello specifico, io ho scelto di fare riferimento a quelle culinarie come già in precedenza ho avuto modo di chiarire).

L'intervista al campione è stata posta utilizzando sei domande aperte, durante le quali l'intervistatrice (la sottoscritta), ha avuto modo di interagire con gli intervistati, dibattendo sui temi loro proposti. Nella maggior parte dei casi l'intervista si è tenuta telefonicamente, in alcuni casi si è tenuta fisicamente e solo in un caso le domande sono state inviate via *e-mail*, e non vi è stata una piena interazione con l'interlocutore se non successivamente, sempre via telefonica, per alcuni necessari chiarimenti e aggiustamenti.

Quanto ai contenuti, le prime quattro domande sono identiche per tutti gli intervistati, in modo da poter confrontare adeguatamente le risposte dei soggetti nella fase successiva, cioè quella di analisi. Nella quinta domanda, invece, viene approfondito il profilo specifico del soggetto intervistato che verrà quindi ribadito, in questo caso, al fine di ottenere risposte quanto più possibile rappresentative di ciascuna specifica situazione. Infine, nella sesta ed ultima domanda denominata "Altro" si chiederà all'interlocutore di esprimere libere considerazioni rispetto ad uno o più temi a lui particolarmente cari, sempre relativamente all'esperienza del prima, durante e dopo il *lockdown*.

Il questionario è stato somministrato ad un gruppo di dieci persone di nazionalità italiana, ma di varia provenienza regionale. Il campione è stato scelto casualmente, su base volontaria, cercando di creare tuttavia un mosaico quanto più completo possibile e rappresentativo della popolazione italiana. Gli intervistati appartengono a diverse città e regioni d'Italia (da nord a sud), diverse fasce di età e differenti status sociali: il campione si compone infatti di due

imprenditori appartenenti al mondo della ristorazione, un imprenditore che opera nel campo del marketing, una docente di liceo di matematica e fisica, due studentesse liceali, due studenti universitari, ed infine due lavoratori dipendenti di cui una studente-lavoratrice e l'altro scrittore e impiegato di banca. Nello scegliere i soggetti da intervistare quindi, mi sono indirizzata verso categorie professionali o sociali già citate come esempi negli scorsi capitoli (dal mondo dello *smart working* a quello della ristorazione, a quello della scuola e così via).

Nel paragrafo successivo quindi, si elencheranno i profili degli intervistati in forma schematica, le domande e le interviste da me condotte. Per ciascuna domanda si riporteranno le dieci risposte dei diversi soggetti immediatamente sotto, numerati appunto da 1 a 10. Seguirà infine un ulteriore paragrafo di analisi dei risultati ottenuti, seguito a sua volta da un'ultima parte relativa alle conclusioni al mio studio.

4.3 Questionario

Si riportano nella tabella che segue i profili degli intervistati. Per una questione di privacy non verranno inclusi di seguito i loro nomi, ad eccezione di quelli dei ristoratori che hanno invece esplicitamente chiesto di essere menzionati. Per ciascun intervistato si possono visionare di seguito i seguenti dati: sesso, regione e luogo di provenienza, età e stato occupazionale.

Profilo	Sesso	Regione	Luogo di Residenza	Età	Stato occupazionale
1	F	Campania	Napoli (NA)	51	Impiegata in azienda di telecomunicazioni e studentessa di Sociologia
2	M	Campania	San Giorgio a Cremano (NA)	43	Ristoratore/Imprenditore: Ciro Salvo - 50 Kalò di Ciro Salvo
3	F	Friuli-Venezia Giulia	Maniago (PN)	18	Studentessa di liceo linguistico
4	F	Lazio	Roma (RO)	57	Professoressa di liceo classico (matematica e fisica)

5	F	Lazio	Roma (RO)	16	Studentessa di liceo classico
6	M	Puglia	Massafra (TA)	23	Studente universitario (magistrale in Scienze Filosofiche)
7	M	Friuli-Venezia Giulia	Pordenone (PN)	63	Impiegato di banca e scrittore professionista
8	F	Veneto	Trevignano (TV)	24	Studentessa universitaria (magistrale in Strategie di Comunicazione)
9	M	Campania	Napoli (NA)	58	Imprenditore (Marketing ed Economia)
10	M	Lazio	Fondi (LT)	31	Ristoratore Davide di Manno – Bar Moreno di di Manno e Gaetano

DOMANDE

- A)** Come è cambiato durante il *lockdown* il modo in cui ha impiegato il tempo della sua giornata? Crede che l'esperienza della quarantena abbia avuto ripercussioni sulla sua gestione del tempo anche dopo il *lockdown*? Il tempo trascorso fuori casa dopo il periodo di quarantena è diminuito o aumentato rispetto a prima (uscite, uscite a mangiar fuori)? Qual è stata e come è cambiata (se è cambiata) la percezione del suo benessere psicologico durante e dopo la quarantena?
- B)** Già prima eravamo abituati ad usare e consultare i dispositivi elettronici con cadenza giornaliera o addirittura oraria. Molti erano soliti considerare tale modo di usare il tempo un disvalore, mentre durante il *lockdown* abbiamo potuto constatare che l'uso di questi mezzi ci è risultato indispensabile o quantomeno prezioso, specie in una situazione come questa, in quanto ha consentito a tutti gli utenti di portare avanti le proprie attività lavorative, di studio, ma anche le proprie relazioni interpersonali. Cosa pensa e come è stata la sua esperienza rispetto alle tecnologie [*social* e di messaggistica] in quarantena?

Le sono state di ausilio? Il tempo trascorso su questi dispositivi è aumentato o rimasto invariato rispetto a prima?

- C) Le relazioni hanno sempre avuto valore per noi, ma sono anni che ci lamentiamo del poco tempo da poter dedicare alle persone che amiamo e ai nostri affetti. Crede che questa situazione abbia portato ad un recupero del valore dei contatti sociali? E intrattenere relazioni attraverso i social che impatto ha avuto su di esse? Cosa conserverebbe di quanto vissuto a tale proposito durante i mesi di quarantena, e cosa no?
- D) La spesa nei nostri carrelli si è modificata, e soprattutto ci siamo ritrovati ad essere un po' tutti "chef in casa". Che impatto ha avuto sulle nostre abitudini? Lei ha mangiato più sano o si è rifugiato nel comfort food? Dopo la quarantena ha mantenuto l'abitudine di prepararsi cibo fatto in casa, genuino, e dedicare alla cucina tanto tempo oppure no? La frequenza delle uscite fuori casa per andare a pranzo/cena fuori è risultata modificata dopo il *lockdown*, oppure è tornato alle vecchie abitudini?
- E) Nel suo specifico caso, descriva complessivamente le sue sensazioni rispetto alla sua posizione lavorativa/ di studente e allo svolgimento della sua attività, cercando di inquadrare un prima, un durante e un dopo il lockdown.
- * In questa domanda viene approfondito il profilo specifico della persona: laddove le domande precedenti erano uguali per tutte, in questa viene di volta in volta ribadito il profilo del singolo intervistato, in modo da consentire di fornire risposte il più possibile rappresentative di ciascuna specifica situazione.
- F) Altro - Ci sono altre considerazioni che vorrebbe fare, circa questa esperienza?

INTERVISTE

Risposte A

A(1) La quarantena per me è stata una duplice occasione: ho sperimentato una nuova forma di lavoro agile, lo *smart working*, che grazie alla pandemia è stato incentivato notevolmente, un'implementazione che in mancanza di questo evento forse non sarebbe avvenuta con tale rapidità; in più, questa situazione mi ha consentito di poter dedicare tempo ai miei studi (la

laurea in sospenso) perché ho potuto seguire corsi da casa e dedicare tempo allo studio, cosa prima impossibile sia in termini temporali (gli spostamenti casa-ufficio sui mezzi mi toglievano molto tempo) sia in termini di energie. Ho sperimentato questa cosa in maniera profonda quindi, in maniera duratura, e ciò mi ha consentito di conservare questa forma di organizzazione (anche se non in maniera totale) anche dopo la quarantena. Ho perciò sfruttato il vantaggio che grazie alla quarantena forzata si è potuto sperimentare, mantenendolo anche dopo. Le uscite sono aumentate sia perché dopo la quarantena si è avuta l'esigenza di uscire di più, sia perché avendo più tempo mi veniva voglia di uscire anche solo per fare una passeggiata. Il tempo risparmiato nel percorso casa-ufficio quindi l'ho reinvestito nel camminare a piedi, molto più di prima. Ho cercato insomma di mantenere lo stato positivo della mancanza di inquinamento, elemento percepito da tutti positivamente durante il *lockdown*, cominciando anche ad evitare di prendere spesso l'auto. È chiaro che durante la quarantena non avendo avuto problematiche dirette con il virus ho notato un miglioramento nel mio benessere psicologico, specie per ciò che ho ricavato dal beneficio ambientale: ero libera di aprire la finestra perché non c'era smog, traffico, le strade erano più pulite, i giardini di fronte casa soprattutto... Insomma, questi enormi vantaggi ambientali hanno giovato al mio benessere psicologico pur lavorando e studiando di più.

A(2) Abbiamo imparato a dare più importanza alle piccole cose, scoprendone alcune che non abbiamo mai fatto. Inoltre credo che si dia ora più importanza al dettaglio. Aver vissuto una situazione quasi da guerra mondiale ci ha insegnato che tutto quello che abbiamo potrebbe svanire improvvisamente. Bisogna godere dei piccoli momenti. Per esempio della famiglia... perché le togliamo tanto tempo, e questo lo abbiamo capito tutti. Quello che sicuramente hanno capito persone come me sempre fuori casa poi è che non dovremmo dedicarci solo ed esclusivamente al lavoro e agli impegni... Costruiamo tanto e poi in un niente ci accorgiamo di lasciarci dietro le piccole cose... Quelle che sono realmente importanti e restano per sempre, mentre invece il resto svanisce in un attimo. Purtroppo devo dire che un po' per deformazione personale mi sono ributtato a pieno ritmo nella mia attività dopo la quarantena, attività che richiede tante attenzioni. Non ti nascondo che nonostante abbia riscoperto il piacere della famiglia quindi o delle piccole cose a casa, dal post *lockdown* ho avuto troppo poco tempo da dedicare alle mie cose. Se qualcuno mi chiedesse se c'è in me il desiderio di aprire un'altra

pizzeria, sarei titubante oggi come oggi. Cosa invece che avrei fatto indubbiamente quando ero sulla cresta dell'onda...

A(3) Sicuramente è aumentato il tempo a mia disposizione durante la quarantena. Questo soprattutto perché ho risparmiato tantissimo tempo negli spostamenti casa-scuola (mezz'ora di corriera ogni giorno andata e ritorno), e ho potuto quindi anche posticipare la sveglia e dormire di più. La stessa cosa è avvenuta per la palestra. Allenarmi a casa mi "costa" 40 minuti piuttosto che un'ora e venti, perché si risparmiano i tempi per andare e tornare dal luogo fisico dove si svolge l'attività. E lo stesso succede per gli amici, un conto è raggiungerli a casa o in centro, altro è sentirli a telefono: anche le telefonate sono più veloci, magari ti rubano un'oretta rispetto a quando esci per incontrare un amico. Prima del *lockdown* la mattina era impegnata totalmente dalla scuola, durante la quarantena invece se non c'era lezione dormivo, guardavo serie TV, quello della mattina è stato un tempo che è stato in gran parte riconfigurato rispetto a prima. Ora invece sarebbe difficile capire se quel modo di organizzare il mio tempo abbia influito anche sul presente, visto che ora è estate e passo più tempo fuori casa. Però è anche vero che quando ci hanno permesso nuovamente di uscire sarei potuta uscire di più, ma ho scelto di non farlo per paura degli assembramenti, quindi ho ridotto la frequenza delle mie uscite. Quando ricomincerà scuola, uscirò meno di sicuro nuovamente. C'è comunque da dire che avendo richiuso anche le discoteche ci sono meno occasioni per uscire, mentre l'anno scorso c'erano feste, compleanni, eventi. Per quanto riguarda il mio benessere psicologico... Da una parte mi sono sentita meglio durante la quarantena perché sentivo di avere più tempo che prima sprecavo molto soprattutto nei mezzi pubblici (in quarantena invece mi svegliavo 10 minuti prima delle lezioni a volte). Dall'altra parte sentivo comunque di stare sprecando anche tanto tempo: spesso mi son messa a letto, a fare niente per diverse ore, e mi sono lasciata andare un po'. Sembra di no, ma già il fatto di dover uscire, perdere mezzi, avere un abbonamento in palestra, ti dà più motivazione e ti incentiva a muoverti e svolgere attività fuori casa, anche solo per senso di responsabilità perché hai pagato. Restare a casa a volte ti fa passare la voglia di fare qualsiasi cosa...

A(4) Il tempo a mia disposizione è cambiato totalmente, ma purtroppo non in positivo per me: durante il *lockdown* tutta la mia giornata ruotava intorno alla lezione. Trascorrevi almeno 10 ore al giorno al computer: le ore effettive di lezione erano 3 o 4, ma tutto il resto era il

problema, infatti la mia vista è peggiorata. Io insegno matematica e fisica. Insegnare queste materie via remoto significava passare parte considerevole del giorno a preparare le lezioni, erogarle, e poi attendere il loro feedback. Poi, mentre da vicino in breve tempo puoi verificare come i ragazzi hanno svolto i compiti, in modalità telematica tu come insegnante dovevi dimostrare di averli guardati, corretti tutti... Mi sentivo costretta a dare un feedback a ciascuno di loro, mentre prima potevi darlo anche a due, tre ragazzi. Metti poi che devi fare la spesa, pensare alla cena e ai figli: a volte inviavo le correzioni anche all'una di notte.

INTERVISTATRICE: Hai quindi inevitabilmente vissuto uno sconfinamento della tua attività lavorativa nella tua vita privata...

A4: Assolutamente. Ho smesso di avere orari! Tutto girava attorno alla scuola. Motivo per cui non ho percepito di avere più tempo libero, anzi: avevo riscoperto una passione a Natale, quella di fare gioielli con fili d'alluminio, non l'ho mai ripresa in quei mesi. Ecco perché il mio benessere psicologico non è aumentato. Quanto alle uscite, cerco di ridurle al minimo. Il tempo che trascorro fuori casa è diminuito rispetto a prima del *lockdown*. Il sabato mi impongo di non muovermi, così da evitare assembramenti, e prediligo sempre luoghi all'aperto.

A(5) Io sono molto ripetitiva, se ho una routine la mantengo, e in quarantena sono riuscita ad averne una quasi fissa, che sto comunque un po' cercando di mantenere anche ora, nonostante sia estate. All'inizio mi sono sentita un po' oppressa e anche per questo ho cercato di mantenere le abitudini che avevo prima del *lockdown*, per non vivere lo scarto tra il prima e il dopo. Certo, con tutte le varianti, visto che qualsiasi attività poteva essere svolta solo a casa. Io poi ho la fortuna di avere il giardino perché siamo al piano terra, quindi ogni tanto trascorrevi quell'oretta all'aria fresca, anche prima delle lezioni, ed era bellissimo. Generalmente, prima della pandemia, non avrei avuto il tempo di sedermi lì a fare nulla, ad ascoltare musica, a leggere. Invece ho notato che è aumentato il mio tempo libero e mi piacerebbe molto d'ora in avanti ritagliarmi dei momenti da dedicare a me stessa, per rilassarmi: durante la quarantena infatti mi facevo dei bagni caldi, o delle maschere. Spero di riuscire a mantenere un minimo queste abitudini anche dopo. Per quello che riguarda le uscite, se devo notare una differenza rispetto a prima, ora quando posso esco di casa anche solo per una passeggiata: l'idea di stare a casa tanto tempo in una giornata mi spaventa, soprattutto perché c'è il timore di una seconda ondata. Esco quindi molto di più rispetto a quanto facevo prima del *lockdown*, specie con gli amici. Durante la quarantena ammetto che a volte mi son sentita un po' giù di morale, ho avuto

alti e bassi. Però stare a casa mi ha aiutato anche a rilassarmi, specie per il distacco che c'è stato dalla scuola, e ho rivalutato tante cose dello stare a casa.

A(6) Nel mio caso la quarantena non ha avuto uno stravolgimento radicale sul mio modo di vivere la quotidianità perché dovendo scrivere la tesi e non avendo corsi da seguire all'università, dovevo solo studiare. Per quanto riguarda le uscite, prima, una volta a settimana, uscivo il pomeriggio per passeggiare, ovviamente durante la quarantena questo non era possibile. Ora, rispetto a prima del *lockdown*, esco leggermente di più, perché dopo quest'esperienza ho avvertito il desiderio di volere uscire più frequentemente, anche solo per poter prendere una boccata d'aria. Poi se prima il sabato sera mi si chiedeva di uscire non accettavo sempre, da dopo il *lockdown* ammetto di essermi sentito più invogliato. Rispetto al benessere percepito, forse ho un po' sofferto la mancanza degli affetti (sono studente fuori sede e vivo in collegio, quindi non ho visto la mia famiglia e la mia ragazza per mesi), ma parte questo credo di aver vissuto questo periodo con tranquillità.

A(7) La percezione del mio tempo non è cambiata. Ho sempre amato avere tempo per me, per riflettere. Il *lockdown* mi ha dato quella serenità e quel tempo in più dei quali avevo bisogno. Personalmente, credo che il fatto che abbiamo vissuto il tempo "a prestito", ha fatto sì molte delle cose che abbiamo fatto, le abbiamo portate avanti con mancanza di finalit . Io ho scritto molto, ma non ho letto, ad esempio. Ho scritto un libro ambientato dopo il *lockdown*.   stato un momento per fare le cose che davvero contavano senza pensare al domani. E molti amici scrittori mi hanno detto che non avevano voglia di leggere, ma di scrivere. Per uno scrittore scrivere   necessario, leggere lo   meno. La minaccia della pandemia mi ha fatto capire la precariet  della nostra esistenza e che non si possono fare previsioni. Da un lato ho vissuto con intensit , dall'altro ho evitato di far cose che ritenevo futili, non pi  importanti. La sensazione   che ora il tempo scorra in modo "giusto" rispetto a quel periodo.

INTERVISTATRICE: E per quello che riguarda le uscite?

A7: Non esco quasi pi , e quindi molto meno di prima. Mi   rimasta l'abitudine ad aver paura della gente, provo un'incapacit  nel fidarmi delle persone. Ad esempio ho sofferto molto in vacanza al mare, evitavo di uscire la sera. Per quanto riguarda la pianificazione della mia giornata, non   cambiato nulla dal *lockdown* a ora. Mantengo gli stessi orari e le stesse abitudini di prima. E quanto al benessere psicologico percepito, mi deprimeva il fatto di non sentirmi

nelle mani giuste (mi riferisco al nostro governo), ecco perché l'ho vissuta male questa situazione... Per il resto son più depresso ora che non prima. Ho sofferto capendo quanto il nostro sia un sistema fragile, anche rispetto all'economia. Certo, il senso di precarietà mi ha preso, avendo figli pensi specialmente a loro in un momento del genere. Non ho tanto patito il fatto di essere rimasto chiuso in casa, ho sofferto per la paura, non per altro.

A(8) La mia vita prima della quarantena era scandita dagli impegni grazie ai quali riuscivo a crearmi un programma della giornata: università, stage, ripetizioni, danza, tempo per altre attività extra come il tempo che dedicavo all'organizzazione del Palio di Trevignano, e il tempo libero per frequentare amici o fare una camminata (cosa di cui necessito per stare bene fisicamente e mentalmente). Era quindi eterogenea. La fase di *lockdown* ha sconvolto la mia programmazione del tempo, che ha cominciato ad essere un ciclo senza inizio e senza fine.

INTERVISTATRICE: Hai avvertito una dilatazione tempo?

A8: Sì, le giornate non passavano mai nel mentre, ma allo stesso tempo è stato come se quei mesi fossero passati senza controllo. Non me ne sono resa conto.

INTERVISTATRICE: Una sorta di rimozione collettiva? Una compressione di quei mesi?

A8: Sì, sono passati in blocco. Oltretutto, il mio tempo fuori casa è molto diminuito sia per la tesi, sia perché sono diventata meno produttiva. Ho avuto grandi difficoltà a riprendere i miei ritmi e le mie abitudini. Mi sono sentita inerme e non riuscivo a reagire. L'unico modo in cui provavo a recuperare una qualche dimensione della programmazione del ritmo della mia vita era quando usavo qualche ora per fare esercizio fisico (prima impostata come finestra fissa nella mia giornata), ma anche in quello mi sono lasciata andare. Lo facevo con le amiche su Whatsapp, inizialmente, in videochiamata, poi abbiamo perso l'abitudine. Oltretutto la scuola di danza non ha implementato i corsi online, cosa che altri centri sportivi so che hanno fatto, e questo non mi ha aiutato. Ho sempre più fatto fatica insomma a ritagliare questi momenti, quindi anche ora soffro di una cattiva gestione del mio tempo che è stato sfasato da quei mesi.

A(9) C'è stata una maggiore attenzione nella programmazione della giornata nelle 4 macroaree: lavoro, attività fisica, alimentazione e relax. A causa della stanzialità forzata è aumentato il tempo dedicato all'attività fisica. Il relax si è concentrato in un paio d'ore prima di andare a dormire. Cessato il *lockdown* è continuata la routine come durante il *lockdown*. Il tempo trascorso fuori casa è fortemente diminuito rispetto al *pre-lockdown* a causa soprattutto

delle restrizioni normative ancora presenti a tutela della salute pubblica. La percezione del mio benessere psicologico non è mutata durante e dopo la quarantena.

A(10) Diciamo che lavorando solo con le consegne a domicilio durante il *lockdown* avevo più tempo per i miei *hobby*, per l'allenamento sportivo, io suono il piano da anni, quindi mi dilettao anche nella musica, e nella cucina appunto, mia grande passione. Non ho mai avvertito malessere psicologico durante la quarantena, perché io ho sempre messo al primo posto nella mia vita il tempo per me, lo facevo già prima, e la quarantena mi ha regalato ancora più tempo libero. Ora, le persone che vivono in un appartamento di città, hanno sicuro rivalutato lo stare a casa più di me. Io ho una villa accanto al mio bar/ristorante. Ho un giardino e sono riuscito ad avere uno sfogo, così come lo avevo prima. Non è cambiato molto nella mia giornata personale. Chiaramente durante il *lockdown* non avevo orari, era tutto un po' più sfasato, mentre ora li ho ripristinati. Sicuramente in questo mi sento meglio adesso perché ho una vita più regolare. Ad uscire, esco esattamente come prima dell'arrivo della pandemia. Vado a mangiare fuori, non è cambiato nulla. Anche perché il rapporto con le persone per me è importante, e il contatto fisico e non solo quello via web va mantenuto.

Risposte B

B(1) Ho rivalutato in termini di necessità sociale l'utilizzo delle tecnologie digitali in quanto valido strumento di supporto e sostegno in momenti come questi. Specie per quello che riguarda l'attività produttiva: le aziende non si sono fermate. Se fosse successo 30 anni fa sarebbe stata una tragedia. Penso quindi che in termini generali sia stato uno spunto di riflessione per tutta la società: lo smart working prorogato ha infatti migliorato le condizioni ambientali, e l'ambiente circostante influisce sulla nostra psiche (pulizia...). Da un lato, in termini temporali non è cambiato molto per quanto riguarda la mia prima figlia che non era con me durante la quarantena siccome studia fuori: la sentivo con la stessa frequenza anche prima. Ma quello che è cambiato in maniera positiva è stato il rapporto con l'altra figlia, intensificato da un punto di vista *face to face*. La convivenza forzata ci ha consentito di interagire di più (i ragazzini infatti uscivano meno): io ho usato meno i social e il telefonino rispetto a prima, e ora lo uso ancora meno. È chiaro che gli adolescenti invece sopperivano alla mancanza di relazioni sociali

intensificando le loro relazioni interpersonali sui *social*, ma io ho fatto proprio il contrario, e ancora ora è così.

B(2) Per me i *social* sono fondamentali già normalmente nella comunicazione, specie nel mio campo lavorativo. Se uno fa le cose fatte bene e poi non le comunica e non lo fa sapere, li restano. Io mi impegno nella ricerca e nella cura dei prodotti, ma se non lo comunico, nessuno lo viene a sapere. Poi, si sa, tramite *social* si allarga il bacino di utenza. Tuttavia l'uso dei *social* durante il *lockdown* dal punto di vista aziendale è diminuito: non c'era nulla da raccontare. Nonostante ciò, ho realizzato dei contenuti da pubblicare, tra i quali una video-ricetta su come realizzare l'impasto per pizza che in 10 giorni ha ottenuti più milioni di visualizzazioni senza sponsorizzazioni, ed è finito anche sulla BBC: dimostrazione che questi mezzi sono utili e in questo caso sono stati fondamentali... Oggi non se ne può fare a meno.

INTERVISTATRICE: Certamente. E dal punto di vista dell'uso personale dei *social*, esulando dal lavoro? Ha intrattenuto relazioni con chi non poteva vedere attraverso queste piattaforme?

B2: A dire la verità no, in quanto essendo genitore separato potevo vedere mia figlia, per legge, nonostante il blocco. Quindi l'unica relazione privata che valeva la pena di mantenere per me la vivevo di persona, fortunatamente. Anche perché a Napoli siamo stati chiusi per tutto il primo periodo di *lockdown*, fino a quando non hanno permesso l'asporto, cosa che noi a Napoli non facevamo, mentre a Londra sì, quindi trovandomi qui avevo più tempo da dedicare a mia figlia, che vedevo tre volte a settimana.

B(3) Mi viene in mente che tra la gente della mia età c'è la tendenza a postare tutto quello che si fa. Abbiamo sempre l'esigenza di voler far sapere agli altri cosa stiamo facendo, condividendo una storia ad esempio. Ho potuto notare che durante la quarantena si è ridotta drasticamente questa abitudine. Magari postavi la storia mentre preparavi i biscotti, questo sì: sono aumentati i contenuti di questo tipo, come il tempo trascorso sulle piattaforme è aumentato, ma secondo me l'interesse non era tanto per i contenuti che postavano le persone che conosciamo, perché in effetti eravamo tutti nella stessa situazione, magari più per quelli dei Vip... Sicuramente Youtube e TikTok sono stati i *social* che usavo di più, e i personaggi famosi su TikTok hanno cominciato ad essere molto più presenti durante la pandemia. Il tempo passato

a usare il telefono quindi sicuro è aumentato. Sui mezzi di trasporto prima parlavo, ascoltavo musica... non stavo sui *social*, come anche durante le ore scolastiche: nell'intervallo non usavo il telefono, parlavo con i compagni di classe. A casa, durante il *lockdown*, le 5 ore scolastiche erano 5 ore al telefono sostanzialmente: per parlare con gli amici usavo sempre il telefono. Prima della pandemia quando andavo in palestra per circa 1 ora e 20 non toccavo il telefono. Dovendo invece praticare sport in casa usavo il telefono anche per questo e consultavo video sui *social* di personal trainer che si erano reinventati anch'essi su queste piattaforme. Insomma, ero costantemente attaccata al telefono anche per fare cose che prima non ne richiedevano l'uso. Penso quindi che sia stato assolutamente indispensabile l'uso dei *social* in quel periodo. Parlando con i miei amici spesso ci soffermiamo sul fatto che se non avessimo avuto i telefonini sarebbe stato devastante, specie per noi giovani che usiamo lo *smartphone* ormai per tutto. Sarebbe stato traumatico.

B(4) Da questo punto di vista, sono contenta di essermi aggiornata per il lavoro. Dall'altra parte è aumentato il tempo che passavo e passo ancora su Whatsapp, unico *social* che uso. Certo usavo molto Internet per leggere articoli, durante la quarantena stavo sempre con il telefono in mano. Ma alla fine questi mezzi sono stati indispensabili in quella situazione. Come ho già detto sono molto contenta poi dell'esperienza che ho vissuto con le tecnologie sul lavoro, perché ho aumentato il mio bagaglio di conoscenze relative all'uso dei nuovi software. È come se in quei mesi avessi fatto un corso di aggiornamento obbligatorio: questo l'unico lato positivo, forse, di questa vicenda. Ma avrei preferito essere in aula, comunque.

B(5) Io penso che senza i *social* e le tecnologie sarebbe stato impossibile affrontare la quarantena. Anche solo chiamare un amico, o scriversi, ti aiutava a rimanere in contatto con le persone. L'uso dei *social* è sicuro aumentato per me, anche perché io prima non ero troppo attiva su Instagram, TikTok eccetera, mentre durante la quarantena lo sono stata molto di più e lo sono rimasta anche dopo. Più che postare contenuti poi, mi andavo a guardare i profili e i *post* degli altri. E poi ovviamente abbiamo fatto *videocall* di gruppo molto spesso, ci scambiavamo messaggi quasi tutto il giorno tra amici.

B(6) Personalmente, non sono mai stato dipendente dai *social*, né prima, né durante, né dopo la quarantena. Ma devo ammettere che durante il *lockdown* questi mezzi sono divenuti

fondamentali per dare la parvenza di una condizione di normalità, per farsi due risate grazie ai meme che venivano condivisi, i video che venivano pubblicati o che giravano su Whatsapp. Questi mezzi sono stati un'occasione per poter sdrammatizzare e potersi aiutare a vicenda a tirarsi su in un momento del genere. La cosa più difficile è stata dopo quella di riabituarsi all'idea che non fossero più necessari, quella di capire che la vita poteva andare avanti anche senza la loro onnipresenza nel quotidiano, al momento della riapertura. Durante il *lockdown* ho sicuramente aumentato il mio tempo di permanenza su di essi, certo, ma dopo l'ho ridiminuito drasticamente. Li ho usati comunque anche molto per informarmi, non potevo pensare di dipendere solo dalla TV per informarmi, per me era impossibile.

B(7) Uso i *social* come prima (continuamente). L'uso del pc sul lavoro lo distinguevo da quello che impiegavo nell'attività *social* e nella scrittura durante la quarantena, o almeno ci provavo. È chiaro che tutto si sia mischiato, e tanto è stato trasferito sui *social media* (dove comunque la possibilità di manipolazione e di controllo è rimane alta). Io sono un amante dei film catastrofici: quando ci sono le invasioni zombie generalmente si ricorre alle radio. Ecco i *social* hanno avuto questo statuto per me durante la pandemia: affianco alla TV, sono divenuti l'altra voce, il modo in cui abbiamo espresso ed esprimeremo ancora le nostre idee. Lì è consentita più libertà. Non pensavo sarebbe andata così liscia...

B(8) Sicuramente il mio uso dei dispositivi elettronici è aumentato, come i conseguenti problemi alla vista. Mi definisco una *lurker*, non sono iscritta a nessun *social*, quindi non partecipo attivamente su di essi, ma vedo quello che gli altri pubblicano su Twitter ad esempio: in quarantena passavo le giornate a leggere cosa gli altri pubblicavano, specie per gli argomenti più rilevanti della settimana o di tendenza. Per le relazioni mi bastava Whatsapp. I telegiornali mi mettevano ansia, con questi mezzi online invece mantenevo il contatto con l'opinione delle persone senza che questo mi causasse attacchi di panico. Stare tanto a casa ha aumentato il tempo che dedicavo alla navigazione online, e non solo per comunicare con gli altri. Abitudine che ho mantenuto tuttora. Una volta ero molto più distaccata dal cellulare e dai *social*. Ero capace di lasciarlo a casa, quando uscivo, ora invece ho sviluppato una forte dipendenza dal telefono: lo uso anche prima di dormire, cosa che prima non facevo, è un'abitudine che ho preso durante la quarantena. È difficile distaccarmici e questo mi rende meno produttiva anche ora. Generalmente usavo il computer per motivi seri, legati al lavoro o all'università, adesso invece

lo uso di più anche nel tempo libero. Se in un primo momento ho goduto del vantaggio di poter rimanere in contatto con gli amici durante i mesi di lockdown usando questi dispositivi, dopo non posso dire di averne tratto benefici, in quanto ho sviluppato una vera e propria dipendenza.

B(9) Durante la mia attività lavorativa faccio largo uso delle tecnologie informatiche soprattutto in tema di comunicazioni e relazioni di lavoro. La videoconferenza ha completamente sostituito il classico *meeting* con clienti e colleghi. Lo *smart-working* ha sostituito la routine ufficio/clientela e l'utilizzo di software "collaborativo", in particolare la suite Office 365, è stato parte essenziale della continuità lavorativa. Di conseguenza, è aumentato il tempo trascorso sui dispositivi elettronici.

B(10) Io sono sempre stato molto *social* come persona, lo ero anche prima del lockdown. Condividevo non solo contenuti relativi al mio mestiere di ristoratore, ma anche tanti contenuti personali. Durante la quarantena è aumentato ancora di più il tempo che trascorrevi sui *social network*, pubblicavo quello che ero solito fare durante il giorno nelle storie: cucinare, suonare, allenarmi... Adesso trascorro sui *social* più o meno lo stesso tempo del pre *lockdown*. Poi Facebook oltre a rimanere in contatto con un amico, era fondamentale anche per aggiornarsi sulle notizie, aiutava parecchio.

Risposte C

C(1) Come ho già detto prima, in famiglia abbiamo riscoperto il valore della relazione personale e del rapporto tra noi. Stando a casa si possono maggiormente vivere la famiglia e le relazioni personali, su cui ho rifocalizzato la mia attenzione infatti. Ho riscoperto il valore di stare a casa e fare cose con i figli e ho rivalutato l'habitat casa, riapprezzando il fatto di stare anche sola, ogni, tanto, di avere tempo per me. Ho rivalutato le cose inutili, ecco. Ho scoperto che tante comunicazioni prima non erano necessarie. Alla fine condividevamo tutti le stesse cose, specie sul *social* (il numero di contagi giornaliero, meme...), ma abbiamo capito che non era necessario uscire e andare a cinema o a cena ogni sabato, se ne poteva anche fare a meno, tante cose erano inutili e un di più ma non ce ne rendevamo conto. Credo quindi che le relazioni siano diminuite quantitativamente ma aumentate qualitativamente. Anche ora, basta fare il minimo per rimanere in contatto con gli altri ma senza perdere tempo.

C(2) Grazie a questa esperienza abbiamo compreso che l'importanza delle persone la capiamo quando ci mancano. Essere reclusi ti fa capire il valore del contatto umano, specialmente se sei abituato a vedere una persona ogni giorno, e poi all'improvviso devi abituarti a vederla tramite *smart*. Le persone vanno vissute. Per le riunioni di lavoro è utile ovviamente adottare questo sistema, io l'ho fatto, visto che ho anche un'attività a Londra. Abbiamo appreso tecniche che ci aiuteranno e accompagneranno per sempre anche in futuro, soprattutto per chi come me ho attività dall'altra parte del mondo.

C(3) Quando ci si è potuti rivedere, ho avuto tanta voglia di incontrare di nuovo di persona i miei amici. Ho notato poi che se prima di questa situazione magari c'erano dei periodi in cui tutti noi eravamo impegnati e presi dalle cose della vita di ogni giorno, vuoi per interrogazioni e verifiche, vuoi per lo sport o per impegni familiari, si rinunciava molto più facilmente a sentirci per telefono o vederci. Mentre ora il tempo per loro lo trovo, nonostante le verifiche, gli impegni quotidiani eccetera.

INTERVISTATRICE: Quindi dici che ora ti riesce più facile pensare di rimanere in contatto con le persone, anche quando ci sono impedimenti fisici? Ti fai meno problemi ecco, visto che ti sei abituata ad adottare questa modalità per mesi durante la quarantena?

C3: Sì! Ne ho proprio più voglia, ecco. Prima della quarantena non trovavo il tempo nemmeno per una chiamata, se credevo di non avere tempo. Quindi penso che questa esperienza abbia rinforzato i rapporti e il desiderio di sentirci. Riusciamo a trovare tempo per farlo, sempre e comunque, fermo restando che ovviamente preferisco vedermici di persona.

C(4) Per quanto riguarda le relazioni, nonostante tutto, ho avuto più tempo per esserci per gli altri rispetto a prima del *lockdown*. D'altro canto era l'unica cosa che potevi fare per non impazzire: appuntamenti cadenzati con gruppi di amici o familiari lontani, con i quali si organizzavano videochiamate. I figli (studenti fuori sede) erano con me, eccezionalmente. In questo ho visto pro e contro però, non sono proprio d'accordo sul fatto che ci sia stato un recupero del valore dei contatti sociali con chi era in casa con noi. Essere obbligati a stare insieme non è positivo, specie in famiglia. Però certamente in generale è stata una buona occasione per "rispazzolare" certi valori e certe priorità. Dovremmo tenerne conto anche in

futuro. A volte per il poco tempo a nostra disposizione e per pigrizia si lasciano cadere tante cose, come le relazioni con gli altri.

C(5) Io penso sia diverso parlare con le persone dal vivo o tramite *social*. Sicuro la conversazione che hai in chat ha dei limiti rispetto a quella che puoi avere da vicino. Dopo il *lockdown* ho subito avuto bisogno di avere di nuovo un incontro fisico con le persone. Ora, quindi, sento ancora di più la necessità di rimanere in contatto con amici e persone a cui voglio bene. In famiglia poi è stato molto bello: prima trascorrevi molto meno tempo a casa, tra lo sport, la scuola, e tutto il resto. Vedevo i miei genitori e i miei fratelli giusto a colazione la mattina e poi la sera a cena. Durante la quarantena invece passavamo pomeriggi interi a giocare a carte, a vedere film e siamo stati davvero bene. Mi piacerebbe che questo non cambiasse più, d'ora in poi.

C(6) Ero già abituato a vivere le relazioni a distanza, tramite mezzi telematici, poiché come ho già detto sono studente fuori sede: la mia ragazza è in Puglia, la mia famiglia anche, quindi gli incontri fisici erano saltuari già prima. Il *lockdown* ha creato un disagio ovviamente perché ha diminuito se non azzerato la frequenza dei nostri incontri, ma sono stato in grado di rispondere a questo impedimento bene o male: la mia fortuna è stata quella di trovarmi con altre 15 persone che come me hanno scelto di non spostarsi dal collegio. È stata una sfida: a volte stando troppo tempo insieme alle persone ci si pesta i piedi, io ho corretto molti aspetti di me, smussando il mio carattere. Ho accettato che dovevo migliorare e cambiare dei miei lati, per vivere in comunità. L'altro è sempre una sfida. E una cosa è trascorrere con le persone 5 ore al giorno, altra trascorrerne 20. Il rapporto cambia. Ho approfittato quindi della compagnia dei miei compagni in collegio, perché sono socievole ma lego con pochi e spesso amo stare anche di più per fatti miei. Con la quarantena mi sono imposto di trascorrere più tempo con le persone, dialogare, creare relazioni. Io ho sempre avuto una concezione dilatata del tempo, oltretutto e spesso a fine giornata mi rendevo conto di non averlo impiegato bene. La quarantena è stata positiva, contrariamente, sotto questo aspetto. Mi sono organizzato e ho curato i rapporti sociali (quelli ovviamente che mi era possibile curare).

C(7) A me è successo questo: con le persone con cui ero in casa è andata molto bene. Infatti ho apprezzato il *lockdown* per ritrovarmi con i miei affetti, con la mia famiglia. Contrariamente

con quelli che non ho potuto vedere ho rischiato di perdere il contatto. La tecnologia ci ha aiutato, ma non credo che abbia rinsaldato i rapporti umani. Adesso ho meno voglia di avere contatti con altre persone, ad esempio, come anche di viaggiare e di vedere posti nuovi.

C(8) Penso che sia necessario premettere che in generale non sono una persona che sente il bisogno di avere rapporti sociali continui. Non coltivo giorno per giorno le relazioni, specie via *social*. Per me l'incontro fisico ha molto più valore. Questo perché credo che il rapporto a distanza intrattenuto sui social tolga di spontaneità alla relazione. Durante le prime fasi della quarantena ho sofferto molto della mancanza di possibilità di raggiungere le persone fisicamente. Quindi, inizialmente questo mi ha portato a rivalutare le relazioni e a desiderare di mantenerle vive anche a tramite Whatsapp. Ma devo riconoscere che questa modalità non mi appartiene. Mi sono ritrovata a lasciare andare i rapporti, a non coltivarli più. Sicuramente il mio stato di malessere mentale non ha aiutato. Avevo perennemente una sensazione di impotenza e pigrizia, e dover intrattenere relazioni a distanza era un impegno in più che dovevo avere e non riuscivo a portare avanti. Se da un lato solo così ce la siamo potuta cavare, dall'altro lato continuo a prediligere la modalità in presenza, e per l'università e per le relazioni, a quella telematica, che credo ti dia la possibilità di costruire rapporti reali e di vivere esperienze con gli altri in maniera più autentica.

C(9) Personalmente non credo che le relazioni sociali possano essere intermedie da tecnologie e dispositivi elettronici. Il valore del contatto umano è fondamentale nelle relazioni affettive ed essenziale nei percorsi di crescita delle nuove generazioni. Il lockdown ha inciso negativamente nelle situazioni come la mia in cui è stato necessario "autoimporsi" il distanziamento dai propri affetti a tutela della loro salute. Sotto tale aspetto non conserverei proprio nulla del vissuto durante il periodo di quarantena.

C(10) Le relazioni sono importantissime. Il contatto tra me e le persone a me care è rimasto invariato, specie perché la mia è un'attività a conduzione familiare. Quello che mi è mancato di più e che reputo fondamentale è il contatto col cliente. Un conto è consegnare la pizza alla porta di casa, altra accogliere i clienti, donare loro un sorriso... Comunque questa situazione ha fatto avvicinare molte più persone, questo è poco ma sicuro.

Risposte D

D(1) Certamente ho sperimentato in cucina di più perché ho avuto più tempo. Abbiamo seguito ricette particolari, anche di torte che prima non facevamo mai. E noto che l'alimentazione è migliorata molto... Ho comprato meno "schifezze" visto il momento di sedentarietà forzata, cercando di contenerne il consumo... Gli aperitivi sono aumentati, questo sì. Un modo per ammazzare il tempo, per creare in casa un evento e un momento di condivisione. Sì, le uscite a mangiare fuori sono diminuite. Non è che lo facessi spesso prima... però ora credo che per la paura del contagio siano calate ancora di più. Secondo me molti hanno anche capito che l'alto e costante livello di traffico condizionava in maniera negativa la nostra vita e quindi hanno eliminato uscite inutili e ridondanti.

D(2) La prima cosa che ho notato su tutte è che molti hanno imparato a cucinare! Oggi è difficile incontrare persone giovani che sanno cucinare, anche se sono donne, contrariamente ai luoghi comuni. Credo che sia stato positivo questo periodo di sperimentazione. Molti hanno riscoperto l'importanza della buona cucina! Certo, anche a discapito anche dei locali di ristorazione. Vivendo anche a Londra ho potuto cogliere certe differenze non da poco. A Londra nessuno cucina. Si ordina cibo su internet. E in una città come Londra o come New York vedi il futuro di Napoli... noi ci allineiamo ai loro trend sempre con un ritardo di circa 10/20 anni.

INTERVISTATRICE: Quindi lei dice che a Napoli e in Italia in generale l'abitudine del *delivery food* non è ancora così diffusa?

D2: Io dico che, soprattutto per quello che riguarda Napoli, ci stiamo arrivando. Quando mangiamo fuori oltretutto spesso mangiamo male perché non tutti usano prodotti di qualità, questo per contenere costi. Ma il futuro è quello... Io spero che questi mesi di *lockdown* abbiano quantomeno restituito dignità alla cucina casalinga, quella delle nostre nonne, specie perché a beneficiarne è la nostra salute, ovviamente.

INTERVISTATRICE: Mi aspetto di conoscere già la risposta che mi darà alla domanda che le sto per fare, visto che la sua pizzeria gode di grande fama anche a livello internazionale, ma gliela pongo ugualmente: l'affluenza è rimasta invariata dopo il *lockdown* rispetto a quello che accadeva prima dell'arrivo della pandemia globale?

D2: Qui da 50 Kalò non è diminuita l'affluenza, ovviamente. Ma di altri locali so che la situazione non è rosea. Infatti parlando con i fornitori vengo a conoscenza dello stato in cui

versano i miei colleghi: il mondo della ristorazione è in netto calo. Noi siamo ovviamente una voce fuori dal coro. Ma con certezza posso dirti che molti sono in difficoltà.

INTERVISTATRICE: Ciro Salvo, si sa, è il re indiscusso a Napoli del Km 0 per quello che riguarda le pizze classiche che usano ingredienti locali. Per le pizze “speciali”, lei usa comunque solo ingredienti DOP che, quando per ovvie ragioni non possono essere locali (come ad esempio la ‘nduja di Spilinga, prodotto calabrese, mi viene da pensare), lei utilizza comunque prodotti di prima scelta per le sue pizze. Mi piacerebbe avere un parere da lei circa il trend del Km 0 negli ultimi anni. È in netta diffusione?

D2: Guarda, rispetto al Km 0 nel campo della ristorazione i locali più importanti fanno da scuola agli altri, come è stato nel mio caso. Quando lavori e lavori tanto e bene diventi oggetto di studio. È ovvio che fai delle cose e nel tempo le tue cose diventano d’insegnamento per altri. Poi, l’innovazione negli anni si trasforma in tendenza. Ora sono in tanti a scegliere il prodotto locale. È una tendenza che è nata una decina di anni fa ed è stata portata avanti solo da pochi di noi. Ora si può dire che sia il trend del momento.

*[chiaramente dato lo specifico tema della domanda, Ciro Salvo ha fornito una risposta dalla sua prospettiva di ristoratore piuttosto che da quella di privato, prospettiva a mio parere per questo studio interessantissima e nuova, visto che si tratta di un punto di osservazione diametralmente opposto al nostro (clienti dei ristoranti e cuochi amatoriali), seppure complementare]

D(3) : Allora, io non mi sono troppo cimentata con ricette particolari in casa, però c’era chi lo faceva per me, come mio fratello, la sua ragazza, i miei... Ma qualcosina l’ho fatta anche io. La spesa che hanno fatto i miei genitori è cambiata solo nelle prime settimane, ma non tanto nella scelta dei prodotti quanto nelle quantità: c’è stato un aumento delle cose da comprare perché si è diffusa tanta paura, quasi come se stesse arrivando l’apocalisse. Forse qualche prodotto in scatola in più, a lunga conservazione, lo hanno comprato. Come anche la pasta. Devo dire che abbiamo mangiato cose abbastanza sane, introdotto anche ricette più salutari, non c’è stata troppa tentazione del *comfort food* (anche perché i miei compravano gelato, cioccolata o tanto vino anche prima di questa pandemia). Un’eccezione è stata la pizza fatta in casa, che abbiamo preparato più volte: mai prima del *lockdown* avevamo realizzato la pizza fatta in casa partendo dall’impasto. Per quanto riguarda le uscite, io vivo in un posto in cui non c’è troppa scelta di locali, ci sono giusto due, tre pizzerie e un ristorante. Non ho mai avuto

l'abitudine di uscire troppo e andare a cena fuori. Prima della pandemia nel weekend andavo a pranzo con amiche, ma ogni tanto, la sera uscivamo più dopo cena. Adesso magari per la paura dei contagi usciamo meno. Di solito le mie scelte comunque ricadono su pizza, sushi, o un piatto di pasta quando mangio fuori, anche perché sto diventando vegetariana.

D(4) Durante il *lockdown* ho preparato pietanze che di solito non fanno parte del mio menu. Dopo, no, non ho mantenuto questa abitudine. Anzi, ho sentito il desiderio di liberarmi dalle mansioni culinarie: chissà, magari lo recupererò in seguito. So di mia cugina che faceva il pane in casa durante la quarantena e ora continua a farlo, ad esempio, ma per me non è stato così. La spesa è cambiata solo nella frequenza, per ovvie ragioni: cercavo di recarmi al supermercato ogni 10 giorni. Ora ho ripreso ad andarci più spesso. Sicuramente poi adesso vado molto meno a mangiar fuori. Molti dei ristoranti che ero solita frequentare a Roma sono ancora chiusi, e poi la gente non è tranquilla. Ho più voglia di prima di stare con le persone, ma meno in luoghi precostituiti, ecco.

D(5) Allora, io non cucino, però mamma sperimentava nuove ricette di dolci, crostate, la pizza in realtà la facevamo già prima in casa. Abbiamo mangiato bene, salutare, e variato l'alimentazione. Non mangiamo troppe "schifezze" solitamente, è rimasto tutto come prima del *lockdown* dal punto di vista alimentare, a parte le nuove sperimentazioni di cui ti dicevo prima. Le uscite a pranzo e cena fuori sono diminuite di molto rispetto a prima del *lockdown*, specie nel primo periodo della riapertura. Fino a febbraio almeno una volta a settimana si andava a mangiare fuori, adesso vado molto meno spesso anche con la mia famiglia.

D(6) Le uscite a pranzo e cena fuori non sono diminuite di molto da dopo la quarantena. Ma terminato il lockdown il primo sfizio che mi son voluto togliere coi miei compagni di collegio è stato quello di andare al sushi, tappa fissa con la pizza ormai per me da tre anni a questa parte il sabato. Durante la quarantena ho notato positivamente che ho avuto il desiderio e la volontà di mettermi in gioco ai fornelli. In collegio abbiamo la mensa, quindi avevamo chi ci cucinava. Il fine settimana però alcuni di noi (tra cui io) si sono messi a disposizione per cucinare per tutti: abbiamo sicuro sperimentato qualche ricetta particolare, abbiamo per esempio fatto i panzerotti fritti, la pasta fatta in casa, sughi più elaborati. E ammetto che postavamo il tutto sui *social*. Purtroppo dopo il *lockdown* quest'abitudine è scemata, perché siamo tornati ad avere

meno tempo e questi tipi di ricette richiedono invece molto tempo, fatica, dedizione ed impegno.

D(7) Nel mio caso si è verificato un calo drastico delle uscite a mangiar fuori. Del preparare il cibo, mi sono goduto la parte creativa... Bisognerebbe premiare siti come Giallo Zafferano o Cucchiaino d'argento. Le sperimentazioni sono state molte di più ai fornelli, perché ovviamente avendo avuto più tempo abbiamo sperimentato più alimenti e ricette. È stato bello poi riscoprire la bottega di prossimità, questo sì, per acquistare prodotti locali. E certe abitudini, come quelle di andare in piccoli supermercati, negozi, botteghe, credo che resteranno anche dopo questo periodo.

D(8) Sicuramente inizialmente avevo preso questa come un'opportunità per imparare a cucinare, cosa che ahimè non è parte del mio bagaglio di competenze. Fortunatamente avendo mamma a casa cucina lei, che adora farlo. Anche con le amiche dopo la quarantena ho proposto una cena in cui cucinavo io. Buoni propositi che non sono stati mantenuti. Mi è presa una paralisi mentale. La voglia di imparare cose nuove non l'ho trovata. Avevo tanto tempo e non riuscivo a usarlo. Per cui, il rapporto che avevo col cibo e con i fornelli non è cambiato. Rispetto alla spesa fortunatamente abbiamo l'orto, quindi verdura e frutta non sono mai mancate. Devo dire che prima del *lockdown* compravamo un sacco di schifezze al supermercato, mentre durante quei mesi è diminuita questa cosa e ora la nostra alimentazione è più sana.

INTERVISTATRICE: Questo magari anche perché nelle prime settimane si è pensato all'approvvigionamento, e quindi a comprare prodotti essenziali?

D8: Inizialmente sì... non potendo fare spesa grande poi (non abbiamo potuto raggiungere il solito supermercato dove ci recavamo prima, perché si trova in un altro paese), si badava al sodo. Per quanto riguarda le uscite a mangiare fuori, nel periodo universitario normale andavo almeno una volta a settimana con le amiche al pub, a mangiare *american food*. Dopo il *lockdown* la frequenza delle uscite è diminuita. Prima andavamo a mangiare sempre in posti diversi, prediligendo luoghi in cui si facevano hamburger, stando attente alla qualità dei prodotti. Non sono mai stata amante del sushi, dove andavo di rado. Della pizza sì. Ancora più spesso ci cucinavamo in casa noi, comunque, sempre prediligendo panini farciti con bacon, e altri prodotti poco italiani. Nonostante io sia consapevole che fare uso di avocado sia poco

ecosostenibile, ne sono un'amante e non riesco a rinunciarvi, io come le mie amiche. Motivo per cui in cucina lo usiamo praticamente per tutto.

D(9) Non vi è stata una modifica sostanziale nelle abitudini della spesa alimentare e della relativa cucina. A causa delle restrizioni normative a tutela della salute pubblica, si è drasticamente ridotta (e per un periodo totalmente annullata) la frequenza ai ristoranti. Se questo è un fatto oggettivo, va altrettanto segnalato che l'aspirazione è ad un ritorno alle abitudini precedenti dato che il ristorante è un'occasione di socializzazione importante per chi intrattiene amicizie consolidate.

D(10) Quanto all'alimentazione, io ho sempre seguito diete specifiche sportive, non ho quindi mai mangiato "male", né ho ricercato conforto nel cibo durante la pandemia. Io in primis ho sperimentato ricette nuove. Ho avuto l'impressione, da ristoratore, che sia cresciuto il livello di cultura nella cucina in Italia. I *social* mi hanno aiutato inoltre a scoprire nuovi piatti più sani. Un amico, una delle poche persone che ha mantenuto la sua attività aperta a Terracina, ha un market biologico. Ho rivalutato tantissimo i prodotti locali in quel periodo. Le persone, poi, sono tornate a riapprezzare ancora più di prima pizza: in effetti si parlava solo di pizza, sia in TV, che sui *social*. La frequenza delle uscite a mangiar fuori l'ho mantenuta, come già ho detto forse prima. Però ovviamente la presenza delle restrizioni ti disincentiva. Molti preferiscono ordinare qualcosa e mangiarlo a casa propria. Da ristoratore me ne rendo conto.

Risposte E

E(1) Come lavoratrice prima sicuramente ero a livelli più saturi di stress, e desideravo prendermi un periodo di sospensione dal lavoro. L'idea di dedicarmi allo studio poi prima era praticamente impensabile per me. Durante la quarantena invece ho trovato un naturale equilibrio tra le due cose, grazie ai corsi online e anche perché lavorando in telelavoro è diminuito lo stress relativo agli spostamenti quotidiani, per non parlare della sveglia forzata che non c'era più.

INTERVISTATRICE: E crede di aver lavorato di più o di meno?

E1: Ho lavorato di più, certo, perché ero più concentrata e non c'erano perdite di tempo. E poi la macchina [intende il computer] la gestisci tu, la chiudi tu, ti trattiene anche di più volendo...

INTERVISTATRICE: Per tutte le ragioni anche ambientali cui faceva riferimento prima, implementerebbe quindi la modalità di lavoro in *smart working*?

E1: Proporrei una modalità mista d'ora in poi... Credo che il giusto equilibrio sia questo.

E(2) Quello che noto da ristoratore (nello specifico per la mia attività) è che la richiesta che c'era prima c'è anche adesso. Eccetto per quello che riguarda le attenzioni che ci sono al distanziamento sociale e alle varie misure restrittive non noto un gran cambiamento. Ho scelto di non usare la scannerizzazione tramite QR del menu come modalità per presentarlo ai miei clienti. Ho fatto stampare invece il menu sulle tovagliette di carta per una questione di tempistiche, è una modalità più veloce. Anche perché lo *smartphone* lo si usa in maniera difficoltosa, a volte la gente arriva qui con la batteria scarica, il segnale è basso. Io devo da una parte accontentare quante più persone possibili e rendere loro la vita facile. Dall'altra devo anche limitare la permanenza del cliente al tavolo, ecco perché ho dovuto studiare un meccanismo veloce: mi siedo e scelgo la pizza. Ma la cosa fondamentale, che ha marcato la differenza tra il pre e il post-*lockdown* per me, è stata un'altra: prima del Covid non avevo mai valutato l'idea di entrare a far parte di un circuito per le consegne a domicilio, una di quelle piattaforme digitali esistenti insomma che erogano il servizio del *delivery-food*. Le cose sono andate così: siamo rimasti chiusi fino al 28 aprile. Poi, per le prime 3/4 settimane da allora abbiamo cominciato a effettuare consegne a domicilio, unico servizio che potevamo offrire. Ma era una cosa che prima non facevamo.

INTERVISTATRICE: E com'è andata questa nuova esperienza? Avevate richiesta immagino...

E2: All'inizio mi aspettavo che avrei lavorato poco, ti dirò la verità, invece si è lavorato moltissimo. Allora ho deciso di entrare a far parte del circuito Uber, perché ne ho capito l'importanza. In un certo senso sono anche costretto a farlo per compensare i posti a sedere che ho in meno adesso a causa del distanziamento: ho perso circa il 30/40% dei coperti, quindi compenso così. Quando, e spero presto, tutto questo sarà finito e potrò recuperare i posti che adesso ho in meno, probabilmente aprirò un altro locale che effettuerà solo servizio da asporto, cosa a cui prima non avrei mai pensato.

E(3) In classe mia c'è sempre stata abbastanza partecipazione. Si creavano in aula anche interventi spontanei che in quarantena si sono andati a perdere. Ci sono persone che in quattro mesi di didattica a distanza non ho mai sentito parlare, ad esempio. Questo perché per non creare interferenze si tenevano i microfoni spenti, e quando avevi voglia di fare un intervento ti sentivi disincentivato dalla paura che se tutti avessero acceso il microfono nello stesso istante si sarebbe creata confusione. La didattica a distanza ti fa perdere la voglia di intervenire, rovinando l'esperienza della scuola così. Inoltre, ho notato un forte cambiamento dal punto di vista umano: quando vedi una persona da vicino, si crea più empatia, capisci se quel giorno è stanca, triste, entusiasta. Non che non ci sia stata comprensione da parte dei prof durante la quarantena, ma è proprio diverso dall'essere a scuola. Tu se sei a casa non vedi la persona che hai davanti, ma uno schermo nero... All'inizio mi son trovata molto male, quindi, da questo punto di vista. Ora, anche perché ancora non si è trovato un vaccino, credo sarebbe il caso di utilizzare una modalità mista. Una settimana siamo a scuola, una stiamo a casa, così da poter anche mantenere quegli aspetti che sono si sono rivelati positivi per tutti quanti noi: svegliarsi più tardi, fare lezione in pigiama, vivere con più tranquillità e avere più tempo per sé.

E(4) Guarda, ti posso dire che inizialmente ci ho messo del tempo per studiare come funzionava il tutto, circa tre, quattro settimane, infatti assegnavo, assegnavo... e interagivo meno coi ragazzi. Per la mia materia serve la lavagna, poi... quindi non entro adesso nel tecnico per spiegarti come ho fatto, ma non è stato semplice. Posso dirti che ho evitato a tutti i costi di mostrarmi in video. Non volevo che la mia diventasse una performance, ma che i ragazzi attivassero il cervello, motivo per cui la mia telecamera era sempre spenta. Dal punto di vista didattico, comunque, vedere i ragazzi in aula è tutto nel mio mestiere. Ma io ho fatto comunque il mio massimo. Da una parte, come già detto prima, sono felice di avere imparato cose nuove. Dall'altra valuto questa esperienza negativamente in quanto nel mio lavoro la flessibilità è necessaria, e in quei mesi è mancata. Infatti, cosa che mi ha toccato, in questa esperienza ora che ci penso mi sono sentita più formatrice online, che non docente.

E(5) Personalmente mi sono trovata molto bene con la didattica a distanza, soprattutto per il comfort che ho provato nel rimanere a casa mia, dove mi sentivo più rilassata e concentrata. Però è anche vero che io sono una persona molto timida, e già in classe non facevo tante

domande prima... Durante il *lockdown* la situazione è peggiorata. Se qualcosa non mi era chiaro, nelle videolezioni non intervenivo per timidezza, e poi dopo la lezione chiedevo ai miei compagni dei chiarimenti. È stato un po' difficile sicuramente per i problemi legati alla connessione, a volte prendeva, altre no. Da una parte mi è piaciuta quindi questa esperienza, dall'altra no, perché preferirei tornare a scuola per stare insieme ai miei compagni, ma non mi dispiace il fatto di essere meno in tensione durante le lezioni, stando nel mio ambiente domestico.

INTERVISTATRICE: E non hai avuto problemi di concentrazione legati al fatto che c'era tutta la famiglia a casa? Non vi disturbavate? Quanti eravate in casa?

E5: Eh sì, questo sì... A casa siamo in cinque, ci sono i miei e poi mio fratello più grande e mia sorella più piccola. A volte capitava che mamma entrava in camera, o anche mia sorella, durante la videolezione. Poi c'era anche il problema della connessione: alle 11 eravamo tutti connessi, era un orario terribile, infatti avevamo sempre problemi di connessione...

INTERVISTATRICE: Insomma un'invasione da parte della famiglia nel mondo della scuola c'è stata, ma comunque hai apprezzato anche il fatto di poter stare a casa... senza avere sveglie, senza esporti troppo, visto che mi hai fatto capire che sei un po' timida...

E5: Sì, esatto.

E(6) Come ho già detto prima, purtroppo non ho molto da dire a questo proposito a causa dello specifico mio caso: in effetti non ho subito grandi sconvolgimenti nella mia routine quotidiana di studio.

E(7) Prima cosa che rilevo dal punto di vista lavorativo, sia per quello che riguarda il mio lavoro in banca sia per quello di scrittore, è che l'impossibilità di stampare in una situazione come questa (pena il consumo di cartucce a non morire in casa), ha comportato che dall'essere abituato a lavorare su cartaceo ho dovuto imparare a lavorare sul digitale. I primi tempi è stata dura, poi ho imparato che tutto può rimanere virtuale, con notevoli risparmi ecologici. Quello che ho appreso comunque in *smart*, l'ho imparato da solo, l'azienda non mi ha supportato. Ci vuole fantasia, memoria e capacità associativa per lavorare così. Hanno avuto difficoltà anche i colleghi più giovani, infatti. Una di loro piantata a casa era persa. Io ho fatto fatica ma poi ce l'ho fatta. Per la scrittura, quello che facevo prima lo faccio anche ora. Ma anche in questo caso mentre prima arrivato a pagina 100 stampavo quello che avevo scritto fino a quel momento, ora

evito. Ho ibridato il modo di lavorare anche alla scrittura. Lo stampare è una comodità, ma se ne può fare a meno. Stamperò solo l'ultima bozza del libro già finito d'ora in poi.

INTERVISTATRICE: Credi di aver lavorato di più da casa?

E7: Sì, alla fine ho lavorato di più, perché non si hanno i tempi morti. In ufficio c'era la pausa caffè, ogni tanto sfogliavi il giornale, ti facevi la chiacchiera. Ora è diverso: quando ti chiama il capo e non puoi rispondere perché sei in bagno, ti viene da scusarti. Ti crea un senso di colpa "oh, no... il capo penserà che non ho risposto perché ero a fare i cavoli miei". C'è comunque un senso di disagio che si percepisce da parte dei nostri capi nel non avere più il nostro controllo fisico. Indubbiamente c'è più anarchia: nelle riunioni di lavoro online succedeva di tutto. Però credo che dall'altra parte chi ha la coscienza del suo lavoro sia diventato più responsabile. L'azienda ha avuto minori costi e ne ha ricavato maggiore produttività. Io ho risparmiato benzina, ad esempio, e ho inquinato di meno.

INTERVISTRATRICE: Implementerebbe questa modalità d'ora in poi? Se sì, totalmente o parzialmente?

E7: Io lavoravo in *smart* già due giorni a settimana prima del *lockdown*. Ma non lo implementerei totalmente il telelavoro. Ci vuole il confronto con i colleghi. Anche se devo ammettere che stando in sede prima perdevo anche molto del mio tempo a fare affiancamento ad altri, perché ho una preparazione anche legale, di cui gli altri giustamente beneficiavano chiedendomi spesso consulenze. Ecco, sotto questo aspetto non mi dispiace essere a casa perché posso concentrarmi maggiormente sulle mie pratiche. Non so però se lo farei sempre.

INTERVISTATRICE: E per quanto riguarda il mondo della scrittura? Cosa è cambiato?

E7: Per le case editrici tantissimo: ci siamo accorti che anche se non sono usciti libri nuovi, non è stato un problema. Si son recuperati i classici. Per l'editoria credo che questa sia una manna. Ci sono meno titoli nuovi che escono, ma magari quelli che escono sono di più alta qualità. Però per la scrittura, specie per la parte legata alla promozione e alla distribuzione dei libri, l'impatto del *lockdown* è stato traumatico. Non potendo più organizzare ci sono andati a perdere parecchio. Trasferire questi eventi sul virtuale non è lo stesso. A un premio letterario prendi contatti con persone di case editrici, hai la possibilità di incontrare altri scrittori. Da casa l'effetto è quello di parlare allo schermo, a nessuno, quindi. Io non sono abituato: fare queste cose da remoto non è stata la stessa cosa. Mi fa impressione il fatto di non saper mai dove guardare. Dopo questa esperienza, ad un incontro che ho fatto sul Tagliamento davanti a un centinaio di persone mi sentivo disagio, perché ero di nuovo davanti a un pubblico. Il problema

non è stato tanto durante il dibattito, ma dopo, quando mi hanno chiesto di firmar loro la copia del libro. L'incontro, la stretta di mano, sono cose necessarie per uno scrittore. E molto spesso gli incontri belli avvengono dopo... a cena, ad esempio, con il collega scrittore straniero. Anche i luoghi, quando non sono virtuali, sono stati ripensati: purtroppo un festival che si doveva tenere a Treviso in una sala 300esca, è stato spostato in un luogo anonimo all'aperto. Per un ulteriore incontro a Mantova, sappiamo già con certezza che non ci saranno ospiti stranieri, che le strutture alberghiere non saranno disponibili. I saloni del libro non si sono fatti, manca tutta la parte di business, sostituita dal virtuale. Lo stesso varrà per Pordenone Legge: si farà, ma all'aperto per evitare assembramenti, e in spazi più grandi e più anonimi.

E(8) Più che l'università, mi è sembrato di stare frequentando un corso online, che ti toglie la possibilità di creare legami e instaurare relazioni con i colleghi. Mentre l'università è un percorso di vita. Andrebbe vissuto in presenza, sempre. Durante quei mesi, poi, io avevo lo stage, che a causa di questa situazione si è prolungato di molto, mandando tutti i miei programmi miei in fumo, perché un conto è avere mansioni in loco che ti portano ad essere 8 ore al giorno lì, altro è essere a casa: lavori solo quando ce n'è bisogno, quando c'è realmente qualcosa da fare, e diventa difficile portare avanti il monte ore obbligatorio.

INTERVISTATRICE: Insomma, hai avuto un'esperienza di *smart working*. Come l'hai vissuta? Il lavoro ha invaso lo spazio personale a casa?

E8: Sì, non c'era una divisione netta tra i momenti in cui mi dedicavo allo stage e gli altri. Ero sempre allerta. In questo stato di quarantena sembrava che essendo a casa tu potessi fare tutto in qualsiasi momento. Il non fare ti creava una sensazione quindi di senso di colpa. Ho dovuto sobbarcarmi una serie di mansioni in più tecniche informatiche: registrare e gestire conferenze in zoom, editarle, e ho speso troppo tempo davanti al pc. Oltretutto le comunicazioni sono farraginose, da vicino è più semplice accordarsi, pianificare, comunicare. In modalità telematica si perdeva tempo inutile a causa degli infiniti giri di mail necessari per prendere delle decisioni, e tutto veniva rallentato: un continuo aspettare e modificare il lavoro già fatto in base al *feedback* che arrivava dopo una settimana.

INTERVISTATRICE: Sei stata più o meno produttiva a casa?

E8: Più produttiva perché sforavo nei tempi, cercavo di fare più cose, ma lo stage ha invaso tutto il resto della mia vita. Non era confinato alle 8 ore al giorno e non era uno *smart working* regolato. Non avevo orari. Ho lavorato di più, e ho fatto più di quello che avrei dovuto.

Comunque per me la qualità è aumentata perché ero più autonoma. Se fossi stata lì, in ufficio, sarei stata meno produttiva. Se considero a posteriori ciò che ho fatto, ho lavorato tanto e ho fatto bene. Ma se penso alla fatica che ho fatto, in molti casi essendo più concentrata mi sono stancata di più. Avere qualcun altro con cui condividere il lavoro comunque ti alleggerisce di molto il carico, anche se ti fa perdere più tempo magari. Inoltre se sei sola non hai *feedback* e ti senti più alienata. Molto negativo poi a mio parere il modo in cui cambiavano gli orari delle riunioni come anche degli esami con il minimo preavviso. Mi chiamano un'ora prima per dire che l'orario dell'esame era posticipato o anticipato. Questo può succedere solo in modalità telematica.

E(9) La pandemia ha comportato una restrizione delle attività produttive e di servizi ed una contrazione dei principali indicatori economici. Fare impresa, in queste condizioni, è diventato più complesso. Sebbene abbiamo tutti fatto fronte bene o male all'emergenza, gli scenari evolutivi sono ancora indeterminati. In queste condizioni è difficile individuare una strategia post-Covid 19. Personalmente, credo nella capacità di recupero delle economie avanzate al prezzo "storico" dell'uscita dal mercato delle imprese marginali e di quelle che erano in crisi prima della pandemia. Mi preoccupa invece la capacità di recupero delle economie in via di sviluppo. Mi aspetto, pertanto, una riconsiderazione strategica nelle economie avanzate: *reshoring* e *in-sourcing* sono argomenti attualmente dibattuti nelle *corporate rooms*. Essendo la mia attività economica quasi completamente domestica, mi aspetto maggiori opportunità nel futuro post-pandemico.

E(10) A eccezione dei primi tempi, quando abbiamo dovuto chiudere, dopo abbiamo lasciato aperto il servizio per la consegna a domicilio, cosa che prima non facevamo. Bisogna riconoscere che è una nuova tipologia di lavoro, che "grazie" al *lockdown* abbiamo capito che varrebbe la pena di sperimentare. Nella nostra zona funziona molto poi, c'è molta richiesta, anche perché la nostra è una località dove si lavora soprattutto nella stagione estiva, quindi per l'inverno potrebbe essere molto utile. Il punto è che non siamo riusciti a organizzarci in tempo per quest'anno. Appena è aumentata nuovamente l'affluenza dei turisti, siamo stati sommersi di lavoro. Le persone hanno voglia di uscire, e si vede. Non notiamo un netto calo nei numeri.

F(1) Mi auguro che ciascuna istituzione e ogni cittadino riflettano su questa opportunità che il mondo ha avuto per ripensare a quanto l'opera dell'uomo sia determinante sull'ambiente circostante. Si spera che d'ora in poi faremo in modo di cercare di ridurre al minimo i danni ambientali, specie per chi è responsabile di grandi produzioni industriali, ma anche nel nostro piccolo possiamo fare tanto: dopo questa esperienza ci siamo resi conto di quanto le nostre scrivanie fossero piene di carte, post-it, uno spreco di carta allucinante. Ora, opinione diffusa tra colleghi, ci sentiamo quasi liberati da tutte quelle cose inutili che affollavano la nostra postazione che ora vuota. Salviamo tutto sulla macchina, e facciamo del bene all'ambiente.

INTERVISTATRICE: Quindi crede che da questa esperienza potremmo ripensare alla nostra società in maniera più sostenibile?

F1: Assolutamente. Sostenibilità da tutti i punti di vista, ambientale in primis ma non solo, che ci consentirebbe anche di goderci di più la vita.

F(2) Quello che aggiungo è che ho potuto notare che purtroppo si sottovaluta il problema del Covid. A me sono state imposte delle restrizioni giuste, certo. Ma è anche vero che noi ristoratori siamo considerati gli untori, mentre il cliente prima o dopo essere stato qui passeggia sul lungomare senza mascherina o crea assembramenti in città. In questo modo si mette in difficoltà il mondo della ristorazione senza un motivo valido. Noto una forte contraddizione tra le riaperture delle discoteche e le restrizioni che vengono imposte ai ristoranti, ad esempio. Forse le limitazioni andavano applicate a tutti, a 360 gradi, per non creare danni così profondi al mondo dell'economia e al mondo della ristorazione nello specifico. Ma dobbiamo essere fiduciosi. Sicuramente comunque è cambiato molto, nel mio lavoro, dopo questa esperienza.

F(3) Una cosa che ho notato è il fatto che le news si siano concentrate quasi e solo su aggiornamenti sul Coronavirus, e i media hanno chiuso gli occhi su tante cose che stavano succedendo nel mondo. Come i movimenti e le rivolte, di cui si è parlato ma sempre in secondo piano. Come quello delle *Black Panthers*, ad esempio. Di quello che accadeva nello Yemen non se n'è mai parlato, credo. Tante cose non sono passate proprio nei notiziari. Avrebbero potuto separare le due cose, magari. Infatti per quanto riguarda il Coronavirus mi sono informata più tramite TV. Per tutto il resto, sui *social*, per sopperire alla mancanza e al vuoto lasciato dai telegiornali.

F(4) Eh guarda, la pulizia e la bellezza di Roma vuota sono state un qualcosa di spettacolare. Nello stesso tempo, ovviamente, Roma senza gente non è Roma. Ad oggi, mi piacerebbe fosse stata conservata la cautela per la città. Si stava più attenti, durante la quarantena. Non si invadevano né toccavano gli spazi di altri. Non si buttavano rifiuti a terra. Sembrava fosse aumentato il rispetto per l'ambiente e per gli spazi condivisi, pubblici. Purtroppo invece da quando hanno riaperto tutto è risultato evidente che serve più tempo per cambiare la mentalità della gente, per dei cambiamenti reali. Chissà se le persone si ricorderanno in futuro di quei mesi. Ora è estate e abbiamo dovuto buttarci tutto alle spalle. Ma chi può dire se ci dovesse essere un'altra ondata cosa potrebbe accadere.

F(5) Ho pensato che questo periodo abbia fatto bene all'ambiente. Roma si è ripulita e c'era più tranquillità. Appena è finito il *lockdown* non trovavi nessuno in giro... Piazza Venezia, Piazza di Spagna, non dico che erano vuote ma c'era poca gente. Normalmente c'è parecchio caos invece. Altra cosa che mi ha colpito: ho notato che nei mesi di crisi le persone sui *social* erano davvero unite. Sono stati creati *hashtag* che tutti abbiamo condiviso, c'è stata da parte di tutti partecipazione, le persone famose organizzavano campagne e lanciavano iniziative per raccogliere fondi, e secondo me è successo perché questa è stata una cosa che ha riguardato tutti. Mi piacerebbe ci fosse sempre questa coesione tra le persone e che la mia città divenisse più *green* d'ora in poi.

F(6) Ho imparato molto più di prima cosa significhi avere persone con cui vivere h24 in un solo spazio. È stata una sfida personale, quella di sforzarmi di andare incontro alle esigenze altrui. Imparare a stare insieme a qualcuno non come presenta oggettuale ma in maniera autentica è stato un enorme guadagno della quarantena per me. Ho notato poi che nonostante ci fosse molta paura, in molti erano a credere che questa chiusura fosse innecessaria, io a questo proposito penso che sia stato preso sottogamba il pericolo invece. Quello a cui si è dato troppo poco peso però, è stato l'ambiente. Il pericolo per la diffusione del virus è stato percepito con molta più forza rispetto a quello che da anni incombe sull'ambiente. Abbiamo potuto assistere a scene incredibili, come i delfini che hanno ripopolato la laguna di Venezia. La natura che si è riappropriata dei suoi spazi, e su questo non si è riflettuto abbastanza. Ora esci di casa e trovi di nuovo rifiuti (tra cui molte mascherine) a terra. Eppure i guadagni per la nostra società

potrebbero essere tanti, se solo d'ora in poi cambiassimo il nostro modo di vivere al mondo. Sarebbe utile d'ora in poi impiegare il nostro tempo in maniera creativa a questo fine.

F(7) Io sono anche un attivista politico sui *social*, e da questa esperienza ho capito che lì c'è il margine per fare bene. Con i giusti *spin doctor* o *social media manager* si potrebbe fare molto, perché funziona, e questo mi affascina. Instagram, TikTok, li ho decisamente rivalutati. In questo periodo mancavano le manifestazioni di massa eppure ho capito la potenzialità di questi mezzi. Si ottiene una maggiore esposizione ai media. È un mondo nuovo, e sarebbe un peccato tornare indietro.

F(8) Questa esperienza mi ha dato modo di riflettere su tante cose. In primis per quello che riguarda la mobilità interrotta nelle città: la prima cosa a cui ho pensato è stata che la natura si stava riprendendo i suoi spazi. È in occasioni come queste che ci rendiamo conto di quanto siamo nocivi per l'ambiente. Io sono attenta agli sprechi o a non inquinare, ma per quanto riguarda il fattore cibo sono pessima: ti ho detto prima dell'elevato consumo che faccio dell'avocado, pur consapevole delle implicazioni che la sua produzione ha dal punto di vista ambientale.

INTERVISTATRICE: E non credi che l'avocado potrebbe essere sostituito da qualche prodotto locale magari a km 0, per il momento, altrettanto gustoso?

F8: Questo è un aspetto cui non faccio particolare attenzione. Avendo l'orto in casa è anche da dire che però mi affido alla natura del mio giardino. Infatti quando scelgo un posto in cui andare a mangiare, ne ricerco la qualità, ma trovare prodotti a km 0 è un plus, non è il primo fattore che considero nelle mie scelte, e non lo è diventato nemmeno dopo l'esperienza del *lockdown*. Scelgo dove andare a mangiare in base ad altro.

F(9) I risparmi economici per chi ha lavorato in *smart working* sono sotto gli occhi di tutti. Costi e tempi di *commuting* si sono drasticamente ridotti e ciò ha certamente avanzato il dibattito sul se e come istituzionalizzare lo *smart working*. Al contempo, è di tutta evidenza come la normativa giuslavoristica attuale sia assolutamente insufficiente ad innescare un maggiore uso di questa modalità. Siamo tutti testimoni, inoltre, del beneficio climatico a seguito dell'assenza quasi totale di circolazione di veicoli a motore termico. D'altra parte, è risultato maggiormente evidente il problema del *digital divide* e la necessità di massicci investimenti

nelle tecnologie di comunicazione. Una considerazione finale: nessuna pandemia (come in precedenza nessuna crisi mondiale sia essa militare o economica) può modificare la tendenza dell'uomo al "contatto" sociale. Oggi si sollevano aspre critiche all'incapacità della gente di rispettare le distanze sociali. Sebbene vi sia una logica in queste critiche, risulta del tutto innaturale privare l'essere umano delle sue possibilità di aggregazione. Socialità e affinità sentimentali sono alla base del dominio della "specie umana" sul nostro pianeta; un codice genetico quasi impossibile da modificare.

F(10) Ho notato una cosa molto particolare nelle persone, a livello caratteriale. Nonostante ci sia la paura del contatto fisico e non ci si possa abbracciare, salutare con una stretta di mano o con dei baci, le persone sono più affettuose, e glielo leggi nello sguardo. Questo l'ho avvertito sia sul lavoro sia personalmente. Si nota quando vengono da te che lo fanno con spontaneità, con autenticità, molti sembra anche che abbiano cambiato il loro carattere, che lo abbiano addolcito. Credo sia una cosa molto bella e positiva di questa vicenda. Sarebbe da tutelare.

4.4 Analisi.

Gli intervistati hanno risposto in maniera esaustiva alle domande che sono state loro poste, fornendo interessanti spunti d'analisi che andrò qui di seguito ad approfondire. Chiaramente si riscontrano delle analogie, ma anche delle chiare differenze, tra le persone che condividono almeno una delle caratteristiche del loro profilo. In particolare questo accade per quello che riguarda la fascia d'età, lo stato occupazionale e la provenienza, quest'ultima non tanto da intendere come provenienza geografica, e cioè l'appartenenza a una regione del nord piuttosto che a una regione del sud, quanto piuttosto da intendere come contesto d'appartenenza, nello specifico piccolo centro o città metropolitana.

Per una questione di ordine e per ottenere una comparazione più chiara riporterò i risultati seguendo l'ordine in cui sono state poste le domande nel questionario, andando poi a effettuare un ulteriore confronto tra le risposte dei diversi sottogruppi (studenti, lavoratori, ristoratori) ed entrando infine nello specifico delle caratteristiche dei loro singoli profili, al fine di far emergere analogie e differenze dalla comparazione delle loro risposte.

Alla domanda A già possiamo notare come gli intervistati del nostro campione abbiano risposto diversamente, ognuno rifacendosi alla specificità del proprio profilo. Le intervistate 3

e 5, entrambe adolescenti, hanno riportato un grande beneficio dato dall'aumento del tempo libero a loro disposizione durante la giornata, che prima per metà veniva completamente impegnata dalla scuola, nonché dagli spostamenti verso la scuola e attività extra che richiedevano loro molto tempo. Si riscontra una maggiore differenza tra le dichiarazioni dell'intervistata 4 (la docente di liceo) e quelle degli intervistati 1, 7 e 9 (i primi due lavoratori dipendenti e il terzo imprenditore che hanno lavorato in *smart-working*): mentre l'intervistata 4 ha lamentato un'invasione da parte del lavoro nella propria vita privata che non le ha permesso inoltre di dedicarsi ai propri *hobbies*, i restanti 3 non hanno lamentato grosse difficoltà, anzi, in tutti e tre i casi sembrano aver giovato della nuova condizione che ha concesso loro di recuperare tempo anche per le altre occupazioni. Si tratta di condizioni e tipologie di lavoro molto diverse comunque: chiaramente l'intervistata 1 ha beneficiato dello *smart-working* dato il suo doppio status di studentessa-lavoratrice, così come l'intervistato 7 (impiegato di banca e scrittore professionista). Nel caso specifico dell'intervistata 4 infatti, è la natura stessa del suo mestiere a chiamare una modalità *always on* in telelavoro, in quanto la professione dell'insegnamento rischia di impegnare giornalmente la vita di un docente nelle ore extra-scolastiche già in circostanze normali, figuriamoci se trasposta in *smart*, dove riesce ad invadere anche quei piccoli spazi privati che prima ne rimanevano indenni. Le tipologie di attività che invece impegnano i lavoratori 1 e 7, ad esempio, possono essere contingentate in ore o momenti precisi della giornata. Quindi, le risposte differenti fornite dagli intervistati in questa sede relative a come essi abbiano gestito il proprio tempo durante il *lockdown*, non sono altro che lo specchio, spesso, del tipo di attività lavorativa che sono chiamati a svolgere. Anche tra i due studenti universitari si notano differenze nelle risposte: il profilo 6 non ha vissuto un sostanziale cambiamento della sua routine quotidiana, e da studente fuori sede ha potuto lavorare maggiormente su di sé dedicando tempo ai rapporti sociali da coltivare con i colleghi di collegio, cosa che prima non aveva mai avuto il tempo di fare, mentre l'intervistata 8 ha visto uno stravolgimento dei suoi ritmi quotidiani che l'ha portata ad uno stato di malessere generale dato dallo sfasamento delle sue abitudini, conseguenza della sensazione di dilatazione del tempo da lei percepita durante la quarantena. Il primo, studente di Scienze Filosofiche alle prese con la scrittura della tesi, la seconda, studentessa (in sede) di Strategie di Comunicazione che ha dovuto affrontare le difficoltà nello svolgere per via telematica uno Stage che nasceva originariamente in presenza. Per quello che interessa i due ristoratori, essi hanno indubbiamente goduto del maggiore tempo a propria disposizione, approfittando di questa condizione per

dedicarsi maggiormente a sé stessi e/o ai propri affetti, ma mentre per *Ciro Salvo*, profilo 2, vista la fama internazionale di cui gode la sua attività e la sua particolare dedizione al lavoro, è stata una condizione inusuale, per il ristoratore fondano, profilo 10, invece, non si è trattato di un grande stravolgimento alle proprie abitudini. Le uscite sono diminuite quasi per tutti nel *post-lockdown*, sia poiché il rischio del contagio spaventa ancora molti, sia perché (come affermato dall'intervistata 1) si è andato a eliminare il superfluo, e solo in alcuni casi le uscite sono rimaste invariate rispetto al prima della pandemia (come per l'intervistato 10). In generale l'attività sportiva è stata svolta dalla maggior parte degli intervistati durante i mesi di blocco. La condizione comunque era differente per chi poteva godere di uno spazio all'aperto (intervistati 3, 5, 7, 8, 10) e chi invece ha dichiarato di trovarsi in appartamento (1, 4) o altrove. Chi è rimasto in casa, seppure in appartamento, ha comunque potuto riapprezzare il tempo che ha ridedicato alla cura del proprio spazio privato, ed è chiaro che chi ha vissuto questa esperienza in una grande metropoli (come Roma o Napoli nel caso del nostro campione) ha assistito ad un momento che mai avrebbe pensato di esperire nella propria vita: la propria città svuotata, silenziosa e ripulita. Alla domanda B le risposte sono state abbastanza imprevedibili: quasi tutti hanno dichiarato di aver trascorso maggior tempo sulle piattaforme sociali, sia per rimanere in contatto con la propria rete sociale, sia per informarsi. La differenza sostanziale nelle risposte si è evinta specialmente a seconda dell'uso passivo o attivo che i soggetti facevano sui *social*: incredibilmente le due adolescenti, profilo 3 e 5, hanno dichiarato di essere utenti passive, così come la studentessa universitaria magistrale, profilo 8. La differenza sta nel fatto che le intervistate 3 e 5 hanno ritenuto l'uso di questi mezzi indispensabile al fine di mantenere contatti sociali, e dopo la pandemia lo hanno intensificato. L'intervistata numero 8 non ha tratto beneficio dalla costrizione di avere a che fare con queste piattaforme, ed anzi, ha perso interesse nel mantenere rapporti a distanza in quanto questa modalità non le appartiene. Gli intervistati 6 e 10 non hanno intensificato eccessivamente il loro uso dei *social*, mantenendolo costante. Gli intervistati 1, 4 e 9 hanno intensificato l'uso dei dispositivi elettronici specialmente per il loro lavoro in *smart*. Una grande differenza la fanno le dichiarazioni degli intervistati 2 e 7, che hanno intensificato l'uso dei *social* in quanto il loro status di personaggi pubblici prevede già normalmente un utilizzo costante e intenso di questi mezzi. La domanda C è quella che bene o male ha messo un po' tutti d'accordo, sempre con delle dovute eccezioni: non si può non riconoscere che vi sia stata una rivalutazione dell'importanza dei rapporti umani e del tempo che dedichiamo alla cura dei nostri affetti: questo è valso per tutti. C'è chi però non concepisce

l'idea che d'ora in avanti i rapporti possano smaterializzarsi, come gli intervistati 8 e 9. C'è chi riconosce il grande merito che hanno avuto le tecnologie nel consentirci di rimanere in contatto con le persone lontane, come le intervistate 3, 4 e 5, che comunque continuano a preferire la modalità in presenza per gli incontri. Molti, ridedicandosi alle relazioni da intrattenere in casa con i propri figli o con le persone con le quali si trovavano a dover vivere forzatamente, si sono di molto distaccati da quelle relazioni via *social* che hanno invece riclassificato come perdite di tempo. Questo è valso ad esempio per gli intervistati 1 e 7. Ai ristoratori è indubbiamente mancata l'esperienza del contatto ravvicinato con la clientela in ambo i casi. Per quanto riguarda la domanda D, gli intervistati 2 e 10 si sono trovati a dover constatare che il *lockdown* ha rappresentato un'occasione per gli italiani per rimettersi in gioco in cucina, e in molti casi per imparare a cucinare, prima ancora di andare a rivalorizzare la cultura e la tradizione culinarie italiane. Chi già cucinava prima della pandemia con piacere (intervistati 1, 2, 6, 7, 10) ha continuato a farlo sperimentando nuove ricette. Chi non cucinava prima, (profili 3, 4, 5 e 8) non ha cambiato drasticamente le proprie abitudini. In generale, tutti hanno affermato che dopo il *lockdown* il tempo da dedicare ai fornelli è nuovamente stato ridimensionato. La spesa, eccezion fatta per le prime settimane della quarantena, non si è modificata esageratamente, e non vi è stato in nessun caso un riversarsi su prodotti appartenenti alla categoria del *comfort food*. Anzi, molti hanno dichiarato di aver adottato una dieta alimentare più sana. Per quanto riguarda la preferenza nell'acquistare prodotti locali, essa ha rappresentato talvolta una scelta in gran parte volontaria come per gli intervistati 7 e 10: il primo infatti ha ritrovato il piacere di frequentare le piccole botteghe o i piccoli market per fare la spesa (forse anche perché insofferente all'idea di dover frequentare grandi supermercati affollati), il secondo ne ha approfittato per approfondire la conoscenza di un market biologico gestito da un amico, trattandosi dell'unico negozio rimasto aperto a Terracina durante il *lockdown*. Altre volte questa scelta è stata indotta da cause di forza maggiore, come per l'intervistata 8 che prima era solita frequentare un supermercato che, trovandosi fuori dal suo comune di appartenenza, non poteva essere più raggiunto in quanto le normative non lo permettevano. La domanda E ha visto risposte maggiormente specifiche che sono andate comunque a rinforzare quelle già date in precedenza per ciascuno degli intervistati: i profili 2 e 10 (appartenenti al mondo della ristorazione), hanno compreso l'importanza dell'implementazione del servizio da asporto, che entrambi prima dell'esperienza della quarantena non garantivano: *Ciro Salvo* ha intenzione di aprire una sede della sua *50 Kalò* a Napoli che eroghi solo il servizio da asporto, non appena avrà recuperato le

perdite dovute alla crisi pandemica mondiale: egli ha infatti dichiarato di aver avuto danni non indifferenti alla sua attività di ristoratore a causa del *lockdown*, dapprima per la chiusura totale del locale, e in seguito per la diminuzione di circa il 30/40% dei posti a sedere, provvedimento obbligatorio al fine di garantire il distanziamento sociale all'interno del suo locale. Se inoltre Ciro Salvo aveva già sperimentato l'enorme vantaggio delle consegne a domicilio in una città come Londra, ne ha potuto notare i benefici anche in una città come Napoli, tant'è che ha deciso di inserire la sua 50 Kalò nel circuito Uber, piattaforma della quale soprattutto i giovani fanno largo uso, essendo divenuta quella del *delivery-food* un'abitudine largamente diffusa in Italia specialmente tra le nuove generazioni. L'importanza del trovare una pizzeria come 50 Kalò su una piattaforma come Uber non è da sottovalutare: la pizza di 50 Kalò rappresenta un'eccellenza nel mondo, in quanto i prodotti di cui fa uso Ciro Salvo sono sempre di prima scelta e certificati, garantendo l'unione di tradizione, genuinità e bontà. Un'opzione di scelta, (per i clienti partenopei) su una piattaforma come Uber che altrove sicuramente invidierebbero. Per quanto riguarda i due impiegati in *smart-working*, essi hanno ricavato grandi vantaggi da questa esperienza, che ha potuto loro permettere di dedicare maggior tempo alle loro attività parallele: quella di studentessa per l'intervistata 1, e quella di scrittore per l'intervistato 7, che ha tuttavia risentito fortemente della crisi nel settore dell'editoria, dovuta al fatto che tutte le attività di promozione e incontro con il proprio pubblico sono state interrotte, e hanno subito ora una rimodulazione che però trasfigura quello specifico mondo, dove il contatto personale con il proprio scrittore idolo per un verso, e l'incontro con il proprio pubblico per l'altro, è parte indispensabile di quell'attività. Caso esemplificativo, seppure con le dovute differenze, di quello che è avvenuto anche nel mondo dell'industria musicale e del teatro o del cinema: ambienti, quelli artistici, che basano sostanzialmente gran parte dei loro guadagni sull'organizzazione e la promozione di grandi eventi, che siano essi presentazioni di libri, *in-store*, o spettacoli. Gli intervistati 1, 7 e 9 implementerebbero comunque solo in parte lo *smart-working*, non totalmente: tutti e tre non hanno comunque potuto fare a meno di commentare il grande vantaggio che dal telelavoro può essere ottenuto in termini di risparmio economico, energetico e ambientale, e non ultimo, temporale. L'intervistata 4, la professoressa di matematica e fisica invece, rivendica l'importanza di poter tornare a fare lezione in aula, per la specificità del proprio lavoro, nonostante abbia vissuto questa esperienza come un'opportunità per aggiornarsi dal punto di vista informatico. Sicuramente, come già affermato in precedenza, rispetto agli altri lavoratori ha comunque tratto meno vantaggi dall'esperienza dello *smart*

working, anche dal punto di vista personale. Tutti gli studenti, dalle intervistate 3 e 5 agli intervistati 6 e 8, ribadiscono l'importanza dell'esperienza della scuola o dell'università in presenza: luogo di formazione non solo culturale ma anche individuale e sociale. Rinunciare alla costruzione e alla manutenzione delle relazioni dal vivo, nonché alla condivisione di tante esperienze formative anche sul piano personale e umano in aula, non è quel prezzo che sono disposte a pagare le due liceali, né tantomeno l'intervistata 8, in cambio di una maggiore quantità di tempo da dedicare a sé stesse. Infine, emerge con forza l'esigenza di riflettere sui potenziali ricavi che potrebbero derivare da quest'esperienza nelle risposte libere alla domanda F: le persone confermano l'importanza e la non sostituibilità del contatto umano nelle relazioni, e l'intervistato 10 riporta di aver notato un aumento dell'affettuosità da parte delle persone, in seguito alla riapertura delle attività e quindi alla possibilità di muoversi di nuovo liberamente e incontrarsi di persona; anche l'intervistata 5 ritiene che le persone abbiano manifestato maggiore empatia e afferma che anche attraverso i *social* ha riscontrato una coesione maggiore tra la gente, che si è dimostrata più unita in questo specifico frangente. Allo stesso tempo gli intervistati non celano le loro preoccupazioni per il futuro a venire, temendo le conseguenze sul piano sociale ed economico, ma anche politico, di una seconda potenziale ondata del virus in autunno. Coralmente però si è fatta sentire, in risposta all'ultima domanda libera, l'urgenza di ripensare in termini più sostenibili alle nostre vite, sia rispetto al tempo da dedicare a noi stessi e ai nostri cari, sia rispetto all'impatto che abbiamo oramai capito avere sull'ambiente che ci circonda: "la natura si è ripresa i suoi spazi", una frase che ho sentito ripetere durante le interviste a quasi tutti i soggetti con i quali ho interloquito durante il mio studio, indipendentemente dalla loro provenienza geografica, dal loro sesso, dalla loro età e dal loro status sociale. Da una parte è chiaro che chi vive in periferia, o comunque possiede uno spazio all'aperto, ha potuto avere uno sfogo durante i mesi di quarantena che purtroppo chi vive in appartamento, e peggio ancora in una metropoli, non ha potuto avere. Dall'altra parte, chi normalmente è abituato a livelli di traffico intensi, alla sporcizia e all'incuria delle strade e al caos costanti, è stato testimone di una trasformazione del volto della propria città che è stato quasi istantaneo al momento dell'istituzione del blocco alla circolazione, e ha per questa ragione potuto comprendere ancora più a fondo l'urgenza di un cambiamento che ora domanda infatti a gran voce.

4.5 Considerazioni finali.

Dall'analisi qualitativa che ho condotto in quest'ultimo capitolo emerge un mosaico variopinto che ci è utile per avere una più chiara idea di come i nostri connazionali abbiano affrontato l'improvvisa situazione della quarantena forzata dovuta alla crisi pandemica mondiale causata dalla diffusione del nuovo Coronavirus.

Rispetto alle ricerche da me effettuate nel precedente capitolo, posso affermare che le dichiarazioni delle persone in sede di intervista mi sono sembrate in linea con i dati relativi all'esperienza della quarantena da me raccolti in precedenza rispetto a: il modo in cui è stato impiegato il maggiore tempo a propria disposizione nonché la condizione psicologica in cui molti hanno versato durante e dopo quei mesi; le modalità d'uso dei mezzi di comunicazione telematici utilizzati per fini lavorativi, di studio, ricreativi o di aggiornamento sulle news; la percezione del valore dei contatti sociali; le abitudini di spesa e il rapporto che abbiamo intrattenuto con la cucina e le nostre tradizioni; e così via.

Vi è sicuramente stato un ritorno ai fornelli da parte della maggioranza degli italiani, e nel ridedicare tempo alla cucina, le scelte alimentari sono andate a ricadere su pietanze tipicamente nostrane, su quelle ricette della nostra tradizione culinaria secolare che per forza di cose, in una società dai ritmi frenetici, erano state messe da parte perché troppo dispendiose in termini di fatica e di tempo. Le uscite sono probabilmente diminuite nella maggior parte dei casi a causa del rischio del contagio che è ancora alto, tuttavia quello del "mangiar fuori" è un piacere al quale l'italiano medio non può rinunciare, per la fortuna anche dei ristoratori che nei mesi scorsi hanno dovuto fare i conti con una crisi nel mondo della ristorazione che non raggiungeva tali livelli probabilmente dai tempi dell'ultima guerra mondiale. La tradizione e il mangiar sano, comunque, sono stati riapprezzati.

Che la tecnologia sia stata non solo di supporto, ma indispensabile in una situazione come questa, è innegabile. Al di là dello *smart working* o di tutte quelle attività di studio o extra che sono state trasferite sul digitale, questo, in particolare per gli adolescenti, è stato l'unico modo per mantenere il contatto con il gruppo dei pari. Per alcuni degli intervistati che hanno anche un'immagine pubblica ben consolidata e che devono essere attivi (anche per fini lavorativi) sui *social*, è stato fondamentale dedicare tempo alle piattaforme sociali. Chiaramente il tempo trascorso ad utilizzare questi dispositivi elettronici è aumentato per tutti, anche per informarsi sulle notizie relative al virus o a ciò che accadeva nel mondo, ma non si può affermare che da

questa esperienza sia derivata un'ossessione per l'uso delle piattaforme (ad eccezione di qualche raro caso) non più di quanto non avvenisse già prima. Anzi, qualche intervistato si è addirittura distaccato dall'abitudine dell'uso continuo di questi mezzi.

Il piacere che molti hanno provato nel ritrovare tempo per sé stessi e per i propri cari, invece, si è palesato sin dalla prima domanda. Tuttavia tante persone non hanno potuto beneficiare a tutto tondo di questa esperienza a causa degli scompensi che questo blocco totale alle proprie abitudini ha portato nella vita di molti. Quello che è emerso dalla mia analisi è sicuramente che i ritmi di vita cui eravamo sottoposti in precedenza (prima dell'esperienza del Covid e del conseguente *lockdown*) non erano sostenibili per molti. Il ricavo in termini temporali che bene o male quasi tutti hanno avuto da questa esperienza è stato fondamentale per rispolverare l'esigenza di poter ritornare ad essere padroni del proprio tempo. Certo, se da una parte si è beneficiato del maggiore tempo a propria disposizione in quanto lo si è riconvertito in tempo da dedicare a sé stessi, ai propri affetti e alle relazioni umane, ai propri *hobbies*, dall'altra alcuni hanno avvertito un senso di spaesamento dovuto al fatto che le occupazioni che normalmente erano confinate all'ambiente extra-domestico abbiano invaso gli spazi privati, sconfinando in essi, invadendoli, e sconvolgendo degli equilibri precostituiti. Non tutti hanno ricavato benessere da questa situazione quindi, ma senza dubbio quasi la totalità degli intervistati ha dovuto constatare che grazie a questa esperienza si è potuto ridare valore anche a tante piccole cose che prima si davano per scontato, come le relazioni e l'amore per il prossimo. L'urgenza di un recupero di quei valori che già da tanto tempo si fa sentire, quindi, diviene ancora più imminente alla luce delle nuove e rinforzate consapevolezza che abbiamo oggi molto più di ieri. L'esperienza della quarantena ha restituito (nella maggior parte dei casi) tempo alle persone, che è stato sottratto soprattutto a tanti tempi morti di cui non ci rendevamo conto prima essere prigionieri, presi dalla concitazione e dalla routine quotidiana. Un tempo che è stato possibile reinvestire in maniera più produttiva nel nostro benessere personale. Non solo: l'esperienza dello *smart-working*, seppure con tutti i limiti di cui siamo consapevoli vista l'impreparazione del personale che è stato colto alla sprovvista nonché l'impossibilità di regolarlo ad arte, ha portato comunque a delle conseguenze positive nonostante a volte abbia invaso lo spazio privato casalingo. È stato rivoluzionato il modo di organizzare il proprio lavoro, e sebbene le opportunità di contatto con i colleghi si siano andate a ridimensionare a causa dell'imposizione della modalità telematica, ciò è stato percepito da una parte come una perdita sul piano umano, ma dall'altra come un guadagno in termini di produttività. Inoltre, il

beneficio in termini economici (tant'è che molte aziende manterranno in parte d'ora in poi lo *smart working*), ma soprattutto ambientali ed ecologici che è stato possibile ottenere dall'implementazione della modalità *smart* è sotto gli occhi di tutti: avere meno persone che si spostano ogni giorno (si pensi anche ai lavoratori pendolari) implicherebbe d'ora in avanti riuscire a contenere livelli importanti di smog e inquinamento acustico, specie nelle grandi città, come riuscire a produrre meno rifiuti. Spunti da cui attingere, quindi, ce ne potrebbero essere. Il dubbio di tutti è se questa esperienza possa effettivamente divenire il punto di partenza per una svolta nella direzione di una maggiore sostenibilità nella nostra società. I presupposti ci sono, ma la recente rimozione collettiva di quanto accaduto nei mesi precedenti che è sembrata esserci stata con l'arrivo dell'estate, lascia molti titubanti.

Conclusione

Alla luce dell'analisi da me sin qui condotta, riporterò in seguito le mie considerazioni finali e le conclusioni relative al mio lavoro.

Non si può di certo affermare, a fronte dei risultati cui sono giunta nell'arco della mia ricerca, che la nostra società, quella del 2020, si sia distanziata da quella che Giampaolo Fabris descriveva nel 2010 nel suo libro *La società post-crescita*, caratterizzata da ritmi frenetici, dal *multitasking* e dall'invasione delle nuove tecnologie in ogni ambito della nostra vita (prime responsabili della promozione di uno stile di vita all'insegna della simultaneità), dal consumismo sfrenato che spesso aveva come immediata conseguenza l'accumulo e lo spreco di beni alimentari e non, dal turismo di massa e quindi da un'insostenibilità a tutto tondo che si ripercuoteva poi sullo stile di vita e sul benessere psicologico di ogni individuo, nonché sull'ambiente, che oggi porta sempre di più i segni dell'incuria che l'uomo ha avuto di esso per decenni, e che purtroppo continua ad avere. Ad oggi i nuovi valori in cui confidava l'autore, trend emergenti del primo decennio del duemila che avrebbero dovuto portare a un rivoluzionamento del nostro modo di vivere nella direzione di una maggiore sostenibilità, non sono stati assimilati del tutto né sono divenuti una priorità da tutelare per la maggior parte delle persone: la società della "teologia della velocità", così come è stata definita da chi muoveva delle critiche rispetto alla vivibilità e sostenibilità dei ritmi frenetici della società di dieci anni fa, non si è arrestata.

Secondo l'autore, nell'arco di dieci anni a partire da quel momento, si sarebbero dovuti muovere dei passi in avanti, ed in particolare si sarebbe dovuti giungere a un "rallentamento del tempo come vera nuova frontiera, come una delle più promettenti aree di esplorazione per il consumo, per tutta una gamma di nuove tipologie di beni e servizi" (Fabris, 2010). Quello a cui Fabris auspicava era quindi una riscoperta della lentezza al fine di rivalorizzare la misura e le relazioni umane, restituire dignità al tempo per sé stessi e per i propri affetti, come anche valore alle nostre tradizioni, alle nostre radici, ricercando l'autenticità sia nei rapporti sia nei

prodotti da acquistare, tutto questo nel pieno rispetto della natura e dei suoi ritmi, cui sarebbe il caso imparassimo a riadattarci.

Quello che l'indagine da me svolta sul decennio 2010-2020 ha invece fatto emergere, è che al di là di qualche consapevolezza in più (specie rispetto all'emergenza climatica e ambientale mondiale in cui da decenni ci troviamo), l'essere umano fino ad ora non ha modificato il suo approccio alla vita, mantenendo invece quel *modus vivendi* nocivo per sé e per il proprio habitat. Seppure infatti siamo consapevoli di quanto molte delle nostre abitudini siano da modificare perché non compatibili con l'ambiente, siamo reticenti a farlo: questo accade ad esempio, come hanno dimostrato i dati che ho riportato nel secondo capitolo, per le abitudini alimentari. Da un lato dilaga il sentimento di indignazione per lo stato in cui versa l'ambiente e si manifesta contro il *climate change* nelle piazze, dall'altro si continua a mangiare carne rossa o a prediligere cibi "esotici" (abbiamo citato l'avocado come esempio). Dopo dieci anni dal 2010 non siamo stati capaci di porre un freno alle nostre vite estremamente frenetiche, che ci tolgono il respiro. I dati relativi all'ultimo decennio riportano un'intensificazione del tempo trascorso sui *social media*, dove abbiamo fatto diventare anche le nostre emozioni e le storie di vita personali a consumo, fruibili da una piazza virtuale per sole ventiquattro ore. *Multitasking* insomma lo siamo diventati ancora di più, così come ipocriti in molte delle nostre scelte di vita quotidiana. Il recupero della tradizione, la valorizzazione delle nostre radici e la ricerca dell'autenticità sono lontani dall'essere in cima alla lista delle nostre priorità, superati in classifica da mode e tendenze cui non riusciamo a rinunciare. Se anche continuiamo a manifestare un senso di insoddisfazione e insofferenza perenni per come conduciamo le nostre esistenze, non riusciamo a fermarci per prenderci il tempo di riflettere su com'è che potremmo invertire la rotta.

L'avvento, all'alba di questo 2020, della crisi sanitaria mondiale dovuta alla diffusione del nuovo Coronavirus, ha tuttavia avuto un forte impatto sulle economie e sugli equilibri geopolitici mondiali, e di riflesso sulle abitudini e sullo stile di vita di noi tutti. Il *lockdown*, che ha portato non solo ad un blocco quasi totale della mobilità ma anche ad un arresto forzato di qualsivoglia tipo di attività che da quel momento, eccetto rari casi, poteva essere svolta solo ed esclusivamente entro le mura domestiche, ci ha per forza di cose portato a riflettere circa il nostro modo di vivere e di essere al mondo, stravolgendo le nostre abitudini e rimodulando i ritmi che in precedenza scandivano le nostre giornate. La nostra casa è divenuta anche il nostro ufficio, la nostra palestra, la nostra scuola, e nonostante le difficoltà logistico-organizzative nel cercare di confinare il lavoro al di fuori della vita privata, la maggior parte delle persone ha

dichiarato di aver riscoperto il piacere dello stare a casa, di dedicare tempo alla cura di sé e delle relazioni personali entro le mura domestiche, rivalorizzando anche le “piccole cose”. Secondo l’analisi da me svolta nel terzo capitolo in cui ho approfondito quali siano state le abitudini degli italiani durante il *lockdown*, da una parte la quarantena ha potuto causare degli scompensi sul piano del benessere psicologico personale a causa dello sconvolgimento dei ritmi sonno-veglia, della situazione di impotenza, ansia e immobilismo con cui abbiamo fatto tutti più o meno i conti, della deformata percezione del tempo che ci ha portati a vivere un senso di spaesamento e a vivere per l’oggi, con l’incertezza del domani, dell’invasione da parte del mondo esterno e della nostra “vita pubblica” in quella privata, e così via. Dall’altra parte tuttavia, questa situazione precaria e anomala ha rappresentato un’opportunità per riflettere sui limiti che ha il nostro stile di vita. Come emerso dai dati che ho raccolto nel terzo capitolo, rinforzati poi dalla ricerca da me condotta nel quarto ed ultimo capitolo sperimentale di questo lavoro, dove ho svolto un’indagine qualitativa sottoponendo un questionario di sei domande aperte sottoforma di intervista a un campione di dieci persone di varia età, sesso, provenienza geografica e stato occupazionale, quasi tutti hanno ammesso di aver ripensato alle proprie abitudini e rivalutato tante cose cui prima non avevano neanche il tempo di prestare attenzione, proprio a causa delle vite frenetiche che erano soliti condurre: il tempo per la cura di sé e dei propri affetti come quello da ridedicare ad attività casalinghe; il tempo per cucinare e rivalutare la cucina italiana e le nostre tradizioni, a testimoniare gli *hashtag* relativi al mondo del *food* in voga durante il *lockdown*, come quello #pizza, e il fatto che lievito e farine siano andati a ruba nelle prime settimane della quarantena e divenuti introvabili nei supermercati; anche le potenzialità della tecnologia e delle piattaforme *social* sono state rivalutate, esse hanno infatti permesso di non avere un blocco totale della produttività nel paese, in quanto grazie al telelavoro molte aziende hanno continuato ad erogare i loro servizi, e allo stesso tempo hanno consentito a molte persone lontane di mantenersi in contatto per mesi, prima di poter tornare a rivedersi; le persone che hanno convissuto sotto lo stesso tetto hanno riscoperto il valore della reciproca presenza, anche se a volte l’obbligo a convivere è stato vissuto come una “forzatura”; insegnanti e studenti hanno da una parte apprezzato lo svolgimento delle attività in digitale, i ragazzi ad esempio hanno potuto posticipare la sveglia e i professori aggiornarsi in termini tecnologici, ma ambo le parti hanno ribadito l’importanza dello svolgere la didattica in presenza, esperienza formativa sia culturalmente che umanamente; il risparmio del tempo prima utilizzato per gli spostamenti da casa verso altri luoghi è stato vissuto come un vantaggio da

parte di studenti e lavoratori, che hanno potuto reinvestire quel tempo in altre attività più produttive; i ristoratori, nonostante la grave crisi che hanno attraversato, hanno potuto constatare che molte persone si sono riavvicinate alla cucina buona e genuina e laddove prima non ne avevano abbracciato l'idea, dopo quest'esperienza hanno valutato come necessaria l'implementazione del servizio per le consegne a domicilio; infine, l'aver vissuto dei mesi di totale blocco della mobilità, ha portato in molti a riflettere sulle conseguenze che le nostre malsane abitudini hanno sul piano ecologico-ambientale ogni giorno, e ciò è stato evidente soprattutto nelle metropoli che hanno cambiato il loro volto per circa due mesi e mezzo. Città più pulite, dall'aria più salubre, dall'inquinamento acustico quasi azzerato, che in molti casi hanno anche rivisto il ripopolamento da parte di animali e vegetazione degli spazi cittadini. In tanti hanno recuperato la voglia di passeggiare a piedi, di ripensare in termini più ecologici anche alla propria scrivania, liberandola da cartacce inutili (abitudine riscoperta grazie al lavoro in *smart*, a detta di alcuni).

La quarantena ci ha quindi dato modo di capire che i ritmi e le abitudini che avevamo prima dell'avvento del virus non erano più sostenibili. Bisogna tenere a mente che questa esperienza tuttavia è stata di tipo forzato. Il cambiamento di molte delle nostre condotte non è stato il frutto di una scelta maturata in seguito a delle riflessioni profonde. Se anche tanti intervistati hanno affermato di aver conservato qualcosa di questo periodo, mantenendo delle abitudini apprese nei mesi scorsi anche nella vita "normale" cui sono tornate (viene in mente ad esempio l'abitudine a uscire anche solo per una passeggiata, a trascorrere più tempo in famiglia, a realizzare pane fatto in casa piuttosto che comprarlo), nella maggior parte dei casi c'è stato un ritorno ad uno stile accelerato di vita, a ritmi di traffico intensi, all'incuria, purtroppo, degli spazi pubblici nelle nostre città, e così via. Staremo andando incontro a una rimozione collettiva di ciò che abbiamo vissuto nei mesi scorsi? O possiamo ancora nutrire la speranza che qualcosa del buono appreso da questa esperienza rimarrà e potrà costituire il punto di partenza nella direzione di un cambiamento nel futuro prossimo? Una cosa è certa: servono tempo, memoria e una ferrea volontà che nasce dall'interiorizzazione e dall'assimilazione dell'assunto che sia necessario ormai cambiare il nostro modello socio-economico e il nostro stare al mondo su questo pianeta. L'esperienza del Coronavirus ha sicuramente smosso tante coscienze, ma la strada è ancora lunga per arrivare a dei cambiamenti consistenti nel nostro modo di vivere, al fine di rendere le nostre vite più sostenibili e compatibili con l'ecosistema che ci ospita.

Bibliografia

- L. A. Seneca, *De brevitae vitae*, a cura di Alfonso Traina, BUR Rizzoli, Milano, 2010
- L.A. Seneca, *Ad Lucilium epistularum moralium libri XX*, BUR Rizzoli, Milano, 2013
- G. Fabris, *La società post-crescita*, Egea, Milano, 2010
- F. Cassano, *Modernizzare stanca. Perdere tempo, guadagnare tempo*, Il Mulino, Bologna, 2001
- F. Cassano, *Il pensiero meridiano*, Laterza, Bari, 2005
- C. Baker, *Dare tempo al tempo*, in De Martino Giulio (a cura di), *L'Ozio e l'esperienza estetica*, Edizioni Intra Moenia, Napoli, 2007
- G. Gasparini, *Tempi e ritmi della società del 2000*, Franco Angeli, Milano, 2009
- Z. Bauman, *Voglia di comunità*, Laterza, Bari, 2007
- F. Braudel, *Il Mediterraneo, Lo spazio e la storia, gli uomini, le tradizioni*, Bompiani, Milano, 2002
- F. Cassano, *Paeninsula. L'Italia da ritrovare*, Laterza, Bari, 1998
- A. Bucci, *Appunti per un marketing mediterraneo*, in Carù Antonella, Cova B. (a cura di), *Marketing mediterraneo*, Egea, Milano, 2006
- Rapporto Istat *I tempi della vita quotidiana. Lavoro, conciliazione, parità di genere e benessere soggettivo*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma, 2019
- L. Lotto e R. Rumiati, *Introduzione alla psicologia della comunicazione*, Mulino, Bologna, 2013²
- J. B. Bayer, N. B. Ellison, S. Y. Schoenebeck & E. B. Falk, *Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat*, *Information, Communication & Society*, Routledge, Londra, 2015
- M. SEYFİ, A. U. SOYDAŞ, *Instagram stories from the perspective of Narrative Transportation Theory*, in *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, vol. 7, n. 1, gennaio 2017
- R. de O. Monteiro, P. Mazzilli, *LIVE STORIES O Snapchat como uma pasta compartilhada de registros da vida*, negli atti del XXI XXI Congressode Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Salto (SP), 2016
- F. Reer, W. Y. Tang, T. Quandt, *Psychosocial well-being and social media engagement:*

The mediating roles of social comparison orientation and fear of missing out, in *New media & society*, Vol. 21(7), pp. 1486–1505, SAGE Publishing, Thousand Oaks, 2019

L. Presenti, G. Scansani, *Welfare Aziendale: e adesso?* Vita e Pensiero, Milano, 2020

Report Istat *Fase 1: Le giornate in casa durante il lockdown*, Istituto Nazionale di Statistica, Roma, 2019

Sitografia

<https://www.livescience.com/15233-planning-worry-time-ease-anxiety.html>;

<http://treccani.it/vocabolario/multitasking/>;

<https://it.wikipedia.org/wiki/Multitasking>;

<https://www.mbenessere.it/benessere-psicofisico/articoli-benessere-psicofisico/fare-una-cosa-alla-volta-ti-fa-vivere-meglio-ciao-ciao-multitasking/>;

<https://fortune.com/2016/12/07/why-you-shouldnt-multitask/>;

<https://www.mbenessere.it/benessere-psicofisico/articoli-benessere-psicofisico/fare-una-cosa-alla-volta-ti-fa-vivere-meglio-ciao-ciao-multitasking/>;

<https://tech.fanpage.it/social-media-revolution-statistiche-sullutilizzo-di-internet-nel-2010/>;

<https://vincos.it/2010/12/10/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-dicembre-2010/>;

<https://wearesocial.com/it/blog/2010/07/statistiche-litalia-social-media>;

<https://www.infodata.ilsole24ore.com/2019/07/09/gli-italiani-fra-le-persone-meno-tempo-libero-disposizione/>;

<file:///C:/Users/741519/Desktop/UNIVERSITA/UNI%20PD/TESI%20LM/ebook-I-tempi-della-vita-quotidiana.pdf>;

<https://francescomusolino.com/2013/12/02/sepulveda-bookcity-lentezza/>;

<http://www.familyandmedia.eu/internet-e-social-network/lintruso-il-multitasking-nellera-della-distrazione/>;

<https://www.humanitas-care.it/news/multitasking-davvero-un-pregio/>;

<https://osservatoriodigitalepmi.it/social-media-e-social-network-cosa-cambia/>;

<https://mashable.com/2010/03/19/global-social-media-usage/?europe=true>;

<https://wearesocial.com/it/digital-2019-italia>;

<https://wearesocial.com/it/digital-2020-italia>;

https://it.wikipedia.org/wiki/Internet_delle_cose;

<https://www.italiani.coop/gli-italiani-e-lo-smartphone/>;

<https://www.italiani.coop/wp-content/uploads/2019/12/coopvoce-ig-alta-def.pdf>;

<https://www.studiosamo.it/global-digital-2019-statistiche-social/#le-migliori-piattaforme-di-social-media-nel-2019>;

<https://blog.axura.com/2019/04/instagram-in-italia-numeri-statistiche-e-curiosita-aggiornati-ad-aprile-2019/>;

<https://www.musestorytelling.com/blog/narrative-transportation>;

https://primochef.it/hashtag-food-di-instagram-del-2019/lifestyle/?refresh_ce;

<https://it.wikipedia.org/wiki/FOMO>;

<https://www.theforkmanager.com/it-it/blog/lasciati-ispirare-dalle-tendenze-culinarie-del-2019>;

<https://www.osservatorioveganok.com/trend-alimentari-del-2019-cosa-cambia-nel-mondo-del-consumo/>;

<https://www.greenpeace.org/italy/storia/5608/mode-insostenibili-per-le-foreste/>;

<https://www.e-coop.it/documents/10180/41886626/Rapporto+Coop+2019/312a7937-2e4f-4402-a4dc-4c376762e1ac>;

https://www.corriere.it/economia/consumi/cards/rapporto-coop-2019-consumi-italiani-divario-nord-sud-10-mila-euro-all-anno/rapporto-coop-2019_last.shtml;

<https://www.gamberorosso.it/notizie/consumi-alimentari-in-italia-2019-dati-rapporto-coop/>;

<https://www.lav.it/news/rapporto-coop-2019>;

file:///C:/Users/741519/Downloads/Rapporto_PE_Sito_2019.pdf;

<http://www.foodandtec.com/it-it/rapporto-ristorazione-2019>;

https://www.affaritaliani.it/food/pizza-o-sushi-gli-italiani-scelgono-le-bacchette-ecco-i-cibi-piu-amati-446672.html?refresh_ce;

https://www.repubblica.it/sapori/2019/05/06/news/ristoranti_one-dish_per_scegliere_dove_andare_in_base_ai_desideri_del_giorno-225569259/;

https://www.ilmessaggero.it/home/smart_working_ai_tempi_del_covid_19_tra_utopie_e_realta-5332267.html;

https://www.adnkronos.com/salute/medicina/2020/07/16/covid-insonnia-ansia-conseguenze-del-lockdown_PGFE2k3uE2EGMhhvN7WwJ.html?refresh_ce;

<https://ilbolive.unipd.it/index.php/it/news/covid19-nostra-psiche-durante-dopo-lemergenza>;

<https://www.scientificamerican.com/article/a-monday-is-a-tuesday-is-a-sunday-as-covid-19-disrupts-internal-clocks/>;

<https://cattolicanews.it/covid-riscoprire-il-piacere-delle-relazioni>;

<https://www.statista.com/topics/6449/social-media-usage-in-italy/>;

<https://wearesocial.com/it/blog/2020/03/social-al-tempo-del-coronavirus>;

<https://wearesocial.com/it/blog/2020/07/digital-2020-i-dati-di-luglio>;

<https://www.vaticannews.va/it/mondo/news/2020-02/coronavirus-media-rischi-social-corsa-audience.html>;

<https://tg24.sky.it/tecnologia/now/2020/05/21/social-network-come-sono-cambiati-coronavirus>;

<https://www.italiani.coop/dal-bunker-ai-peccati-di-gola-storia-della-spesa-in-pandemia/>;

https://www.leggo.it/alimentazione/news/pizza_quarantena_lockdown_hashtag_cibo-5210415.html;

<https://www.italiani.coop/covid-19-in-cerca-di-ispirazioni-online-per-cucinare-o-anche-per-giocare/>;

<https://www.italiani.coop/fornai-pasticceri-e-pizzaioli-gli-italiani-ai-tempi-del-covid19/>;

<https://www.italiani.coop/la-terza-settimana-di-spesa-ai-tempi-del-covid19/>;

<https://ilfattoalimentare.it/covid-19-abitudini-lockdown.html>.