

LA GENERAZIONE DI RELAZIONI “ALTRUISTICHE” ED “EGOISTICHE” IN TEMPO DI EMERGENZA

di *Emiliana Mangone**

Abstract

The generation of “altruistic” and “egoistic” relationships in times of emergency

Based on the theoretical model that outlines the overcoming of economic and naturalistic logics, which have always characterised the study of altruism and egoism, through logics that affirm the existence of “altruistic relationships” and “egoistic relationships”, the article will attempt to present some possible forms (highlighting their dynamics) of “altruistic relationships” and “egoistic relationships” found in Italy during the period of the COVID-19 pandemic in the daily lives of individuals.

Keywords

Altruism, Egoism, Relationships

* EMILIANA MANGONE, professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi, Dipartimento di Scienze Politiche e della Comunicazione, Università degli Studi di Salerno.

Email: emangone@unisa.it

DOI: <https://doi.org/10.13131/unipi/1m86-f383>

1. QUADRO TEORICO DI RIFERIMENTO

Sulla base del modello teorico che delinea il superamento delle logiche economiche e naturalistiche, che hanno caratterizzato da sempre lo studio dell'altruismo e dell'egoismo, attraverso logiche che affermano l'esistenza di "relazioni altruistiche" e di "relazioni egoistiche" (Mangone, 2020a; Mangone, 2021a), nelle pagine che seguono si proverà a presentare alcune possibili forme (evidenziandone le dinamiche) di "relazioni altruistiche" e di "relazioni egoistiche" che si sono riscontrate in Italia durante il periodo della pandemia da COVID-19 nel vivere quotidiano degli individui (Guigoni, Ferrari, 2020). I presupposti di partenza sono che, le "relazioni altruistiche" si basano sulla fiducia e sul consenso che la collettività può ancora avere all'interno della società (sono positive e favoriscono l'intera società, pro-sociali o etero-dirette), mentre le "relazioni egoistiche", viceversa, sono negative e favoriscono solo l'attore/individuo che agisce (antisociali o auto-dirette).

L'attenzione sarà, quindi, rivolta alla relazione e, in particolare, si farà riferimento a una "relazione in azione", cioè a un processo relazionale che è interazione tra gli individui – individui inseriti in un contesto socio-culturale che solo in parte influenza questi processi, i quali, però, a loro volta, influenzano il contesto. Il passaggio dal principio della causalità alla relazionalità delinea la reciprocità fra il mondo vitale e il sistema sociale e rappresenta il momento centrale in cui si pone attenzione non solo all'individuo in quanto destinatario delle decisioni, ma anche all'individuo in quanto "soggetto" e parte attiva nei processi relazionali (Donati, Archer, 2015). Senza dubbio, le relazioni sono influenzate sia dal sistema culturale, sia dalla vita quotidiana e dalla biografia dell'individuo. In questo modo sono privilegiati gli spazi delle relazioni Ego/Alter all'interno dei processi che si sviluppano nella società, poiché tutti i fenomeni sociali e gli atteggiamenti, nonché le azioni, si costruiscono in un ambito che possiede propri luoghi, tempi e simboli, i quali sono fondamentali nei processi cognitivi di auto-significazione attivati dagli individui per la costruzione delle realtà sociali nella loro esperienza relazionale quotidiana. Moscovici, infatti, nel suo saggio *Les formes élémentaires de l'altruisme* (2000), sostiene che lo studio dell'altruismo è legato alla relazione tra individui (intensità e durata), nonché alla situazione che gli individui vivono. La relazione, dunque, è il processo che qui viene analizzato. Ed è questo metodo che fa superare la dicotomia altruismo/egoismo, in quanto le forme e i termini statici vengono sostituiti da processi: le "relazioni altruistiche", come relazioni a favore del sociale (pro-sociale o eterodirette), e le "relazioni egoistiche",

come relazioni a favore di sé stessi (anti-sociali o autodirette). Ciò produce il superamento della dicotomia altruismo/egoismo partendo da una chiave di lettura relazionale poiché la relazione sociale non si pone come una costrizione per l'individuo, bensì essa è l'elemento che favorisce l'autodeterminazione del soggetto sulla base della riflessività (May, Perry, 2017). Se questi sono gli elementi generali della relazione sociale, le "relazioni altruistiche" e le "relazioni egoistiche" presentano alcune peculiarità: nella dimensione della quotidianità, non sono "categorie neutre" e i loro esiti saranno la risultanza del tipo di equilibrio che si stabilisce tra "mete e mezzi".

L'applicabilità di questo modello non prescinde dall'idea che gli individui devono agire (fare qualcosa) ed essere responsabili (problema della scelta). Nel corso dell'emergenza da COVID-19 il "confinamento" (lockdown) ha destrutturato e ridefinito i confini dello spazio sociale vitale che si è ritrovato diviso tra lo "stato d'eccezione" (Agamben, 2003) e lo "stato d'eccezione sociale" (Santambrogio, 2020). Ed è nei continui sconfinamenti tra queste due condizioni (Martini, Picarella, Mangone, 2022), nel senso nuovo che ha assunto lo spazio sociale degli individui che il momento pandemico ha potuto costituire un'importante occasione per la formazione di identità collettive potenziali e più rivolte all'aiuto verso l'altro (altruismo e solidarietà). Non sono, infatti, mancati momenti di "effervescenza collettiva" espressa attraverso canti, cori, pratiche di scambio e di aiuto reciproco, rituali che hanno espresso la necessità degli individui di trovare nell'altro (spesso il vicino di casa) una dimensione condivisa di senso, soprattutto quando mancavano definizioni capaci di fornire un orientamento generale per affrontare la complicata situazione. L'aspetto che si sottolinea non è dato tanto dalla possibilità che queste forme di socialità si siano poste in essere, quanto se questi percorsi spontanei dal basso hanno avuto successo nel generare forme di "relazioni altruistiche" durature, o se al contrario sono state solo forme di socialità episodica che non possono avere continuità nel tempo determinando una maggiore "solidarietà cooperativistica" (Mangone, 2022a) o quella "socialità solidale" che

richiama un'idea di solidarietà pluralizzata, singolarizzata, dedotta da possibili risposte collettive a patologie sociali, piuttosto che essere il riflesso di principi morali astratti, identità politiche codificate o strutture di potere ideologico. Essa viene ricostruita in maniera immanente, trovando linfa vitale in una rinnovata relazione coinvolta con gli altri e con il mondo, piuttosto che in riferimento a un criterio "forte", astratto e universale, di sua definizione (Bruni, 2021: 304).

Per la peculiarità dell'oggetto di questo contributo, affrontata una prima parte di carattere teorico più generale per chiarire alcuni concetti, seguirà una parte più ampia in cui si darà spazio al capitale sociale nella sua forma di relazioni di prossimità (da considerarsi, "relazioni altruistiche") e alla narrazione della pandemia che, spesso, ha, invece, prodotto "relazioni egoistiche".

2. VULNERABILITÀ, CAPITALE SOCIALE E RESILIENZA

Un mondo privo di catastrofi non è concepibile, ma si può immaginare un mondo in cui le conseguenze negative di questi eventi siano ridotte o, ove possibile, evitate (come le guerre o gli attacchi terroristici). Dopo-tutto, come sosteneva Sorokin (1958), il futuro dell'umanità e il suo sviluppo sono nelle mani dell'umanità stessa. Questo compito è assegnato all'umanità intera, e quindi alle sue comunità che possono esistere solo se hanno determinate caratteristiche:

Una società pacifica, armoniosa e creativa può esistere solo quando i suoi membri hanno almeno un minimo di amore, simpatia e compassione che assicurano aiuto reciproco, cooperazione e trattamento equo. In queste condizioni i suoi membri sono uniti in un "noi" collettivo in cui le gioie e i dolori di un membro sono condivisi dagli altri (Sorokin, 1948: 57).

Agire sulla comunità significa agire su più livelli (individuale, familiare, istituzionale e sociale), ed è l'intera comunità l'oggetto di un processo di "normalizzazione" che deve essere intrapreso rafforzando le reti e le strutture esistenti, ristabilendo quelle precedenti e creandone di nuove. La catena di eventi emergenziali degli ultimi decenni ha dimostrato che la vulnerabilità sociale (Phillips et al., 2010) è in aumento per i mutamenti sia socioculturali sia naturali. Tenendo conto della definizione fornita dalle Nazioni Unite la vulnerabilità è da intendersi come

uno stato di elevata esposizione a determinati rischi e incertezze, in combinazione con una ridotta capacità di proteggersi o difendersi da tali rischi e incertezze e di far fronte alle loro conseguenze negative. Esiste a tutti i livelli e dimensioni della società, e costituisce parte integrante della condizione umana, interessando sia gli individui che la società nel suo complesso (UN, 2003: 3).

Si può, dunque, affermare che in determinati periodi storici alcune fasce di popolazione già considerate vulnerabili (poveri, disabili, immigrati, bambini, anziani e giovani) lo siano di più. Un recente esempio di questa

dinamica è stata la pandemia da COVID-19 (De Marchi, 2020; Gaynor, Wilson, 2020) che non solo ha provocato milioni di vittime ma anche mandato in crisi tutti i settori produttivi a causa delle prolungate chiusure che hanno ulteriormente aggravato la condizione di crisi economica che la quasi totalità dei paesi del mondo stavano vivendo. Ciò rende necessario fornire azioni di prevenzione e risposta alle emergenze a livello locale, nazionale e internazionale che coinvolga i territori promuovendo azioni resilienti (Bonanno et al., 2006; Manyena 2006; Norris et al., 2008). Gli effetti di tali fenomeni non sono identici per tutti gli individui e gruppi e non solo a causa del coinvolgimento diretto o indiretto di questi ultimi, ma anche per le capacità individuali e collettive di attivare prontamente processi che originano resilienza (Lombardi, Pina e Cunha, Giustiniano, 2021; Wright, 2021). Le reazioni dipendono dalla capacità o dall'incapacità dell'individuo e della società (inerente alle interazioni sociali, alle istituzioni e ai sistemi di valori culturali) di resistere ai loro effetti negativi (vulnerabilità sociale). È a causa di questa multidimensionalità che lo studio delle conseguenze delle emergenze e dei relativi interventi deve essere basato su un approccio integrato (Lebel et al., 2006) e interdisciplinare. Per queste ragioni, l'idea di partenza è che il danno collettivo richiede strategie collettive (Mangone, Zyuzev, 2020) in cui il ruolo delle "relazioni altruistiche" possono essere promotrici di tali strategie. Infatti,

sia che l'altruismo sia una sorta di "egoismo di gruppo" o un vero e proprio impulso sociale, dal punto di vista dell'azione sociale e dei suoi effetti sulla società, al di là dei principi morali o degli interessi sottostanti che li sostengono, sembra che un'azione volta a beneficiare gli altri, la comunità, possa potenzialmente avere effetti più validi a livello globale rispetto a un'azione volta a un beneficio individuale. In tempi di crisi storica, come nel caso attuale della pandemia da COVID-19, le azioni altruistiche potrebbero essere decisive per il futuro dell'umanità (Gualda, 2022: 31).

Ma cosa succede in una situazione di emergenza? Quali cambiamenti avvengono – o devono essere promossi – affinché le dinamiche individuali e collettive vadano verso la resilienza e, quindi, verso la costruzione e il rafforzamento delle "relazioni altruistiche" per il tramite del capitale sociale piuttosto che verso "relazioni egoistiche"?

La crisi provocata da queste emergenze non è da considerarsi sui generis, ma rappresenta un normale momento del fluire della vita che permette anche il riconoscimento di caratteristiche dei sistemi sociali che potrebbero non essere altrimenti riconosciuti in quanto l'evento

disastroso provoca conseguenze sul piano vitale e sui meccanismi di regolazione sociopsicologici, nonché di mutamento sociale (Sorokin, 1942). Alla luce di ciò, si può dedurre che pensare al futuro durante o dopo un'emergenza non può prescindere dall'esistenza di una comunità. Qui il concetto di comunità deve essere inteso come una delle tante declinazioni dello spazio sociale e, quindi, espressione e risorsa di un territorio che rimanda a un insieme di relazioni che di per sé dovrebbero essere positive.

Condizioni di emergenze (a prescindere dalle cause, disastri naturali e/o industriali, epidemie, etc.) producono una rottura nella rete di relazioni rendendo caotica la definizione della struttura sociale, processo che diventa un potente fattore di mutamento socioculturale. Si pensi, a ciò che è accaduto con la pandemia da COVID-19 (Gaynor, Wilson, 2020; Mangone, 2021b) che ha portato alla quarantena di parte o di tutta la popolazione per ridurre gli effetti negativi dell'epidemia. Si producono mutamenti sia negli individui sia nella struttura sociale che determinano l'esigenza di ricominciare, di riallacciare il filo della vita dei singoli e della collettività, provando così a immaginare un futuro possibile (Mangone, 2021c), ricercando una progettualità che possa fare uscire l'intera comunità da una situazione di crisi (di squilibrio) e incanalarla verso nuovi equilibri.

Negli ultimi decenni quando si riflette sul superamento di eventi emergenziali il focus dell'attenzione non è più solo rivolto alla mancanza e alla perdita, ma è rivolto anche alla capacità degli individui e delle comunità di adattarsi e di crescere nonostante le condizioni critiche (Wright, 2021). Il concetto chiave, dunque, è quello di "resilienza" (Hoggett, 2014) che viene generalmente definito come quella capacità di un individuo o di un gruppo di tornare alla normalità dopo eventi catastrofici attraverso due componenti una di carattere personale (com'è l'individuo e come risponde agli eventi), l'altra di carattere situazionale. Quest'ultimo aspetto porta l'attenzione alla comunità e in particolare al concetto di comunità resilienti (Norris et al., 2008; Wright, 2021) che agiscono partendo dalle risorse presenti all'interno della stessa comunità che si possono distinguere in: a) sviluppo economico; b) capitale sociale; c) informazione e comunicazione; d) competenza della comunità (Norris et al., 2008). Il concetto di comunità resilienti si lega anche al concetto di capitale sociale (Coleman, 1990) e del significato che esso assume nella costruzione della resilienza insieme ad altre componenti che concorrono all'adattamento a una perturbazione della vita sociale. Si configura una nuova forma di comunità, intesa come intelligenza collettiva (Levy, 1994), il cui fondamento è l'arricchimento reciproco degli individui e non

il culto della comunità in sé fondata su una conoscenza multidisciplinare che, da un lato, contribuisce a comprendere le strutture e le dinamiche socioculturali e territoriali e, dall'altro lato, ha l'ambizione di essere uno strumento al servizio degli individui. Pensare al futuro, dunque, significa pensare alla comunità fondata sull'individuo che si esprime nella sua unitarietà e completezza, e non in relazione ai ruoli agiti nell'ambito della società: è l'insieme delle esperienze quotidiane e per tale motivo, essa, valorizza la dimensione sociale e culturale dell'esistenza.

3. LA GENERAZIONE DI “RELAZIONI ALTRUISTICHE” E “RELAZIONI EGOISTICHE” IN TEMPO DI EMERGENZA

Per comprendere le reali conseguenze di un'emergenza all'interno di un territorio, oltre le vittime e/o i danni materiali, non bisogna fermarsi al momento a essa contemporaneo ma bisogna andare oltre (al “dopo”) e osservare anche quello che accade negli anni successivi. Gli esperti di sociologia dei disastri fanno molto bene due cose a proposito di eventi disastrosi: a) provocano crisi nei sistemi sociali (Quarantelli, 1998; Rodríguez, Quarantelli, Dynes, 2007); b) le emergenze sono un ciclo, costituito dalla fase della preparazione, della risposta e, infine, della ricostruzione. E le epidemie, che rientrano in questa macrocategoria concettuale dei disastri, provocano allo stesso modo le medesime crisi che vanno a perturbare il normale fluire della vita quotidiana individuale e collettiva.

In considerazione del fatto che si vuole affrontare il ruolo delle relazioni altruistiche ed egoistiche, la fase della risposta e della ricostruzione sono quelle su cui cadrà il focus anche perché per queste fasi il capitale sociale e le relazioni, in particolare, assumano una rilevanza fondamentale poiché l'approccio top-down che solitamente viene adottato non riesce a spiegare le dinamiche che poi effettivamente si realizzano all'interno dei territori (Gaynor, Wilson, 2020; Lombardi, Pina e Cunha, Giustiniano, 2021). Data, quindi, la complessità di questi fenomeni, la loro osservazione deve essere realizzata attraverso diverse lenti paradigmatiche e disciplinari, e tenendo conto anche di quella che è stata la percezione del rischio durante la fase pandemica (Padilla et al., 2022). Basti qui ricordare la persistente percezione del senso di incertezza verso il futuro e la paura da parte delle popolazioni (Sultana, Dhillon, Oliveira, 2023), il rammarico per gli affetti e per i beni persi, come pure il disorientamento per il forzato distacco da consuetudini quotidiane e l'impossibilità di riconoscersi in un proprio contesto storico-culturale come, per esempio, è stato quella del confinamento entro le proprie abitazioni –

quasi come un carcere (Affuso, Parini, Santambrogio, 2020) – o il distanziamento fisico a causa della diffusione del virus SARS-CoV-2. La crisi provocata dalla pandemia ha prodotto mutamento sociale e sebbene molte nazioni abbiano già dato segnali di rapida ripresa (ristabilendo almeno parzialmente il loro equilibrio, la loro unità, le loro istituzioni, il loro sistema di relazioni sociali) non saranno mai la stesse di quelle che esistevano prima.

3.1. Nota metodologica

La ricerca che si porta a supporto delle riflessioni teoriche presentate, che segue una metodologia integrata in quanto fa uso sia di metodi qualitativi sia di metodi quantitativi, è costituita da due segmenti: il primo, che ha individuato come caso di “relazioni altruistiche” quello del “commercio di vicinato”, si fonda sull’autoetnografia (Ellis, Adams, Bochner, 2010); il secondo, che riguarda la narrazione della pandemia realizzata tramite la piattaforma social Twitter, ha consentito l’individuazione di casi di “relazioni egoistiche”. Il primo segmento si riferisce all’arco temporale della pandemia che in Italia è stato identificato come Fase1 corrispondente all’individuazione del primo contagiato fino al giorno in cui si chiede il lockdown della prima ondata della pandemia, mentre il secondo segmento si riferisce anche al periodo temporale successivo alla Fase1 che è stato denominato Fase2 e che ha riguardato le azioni politiche per la definitiva fuoriuscita dall’emergenza e la campagna vaccinale.

Il primo segmento si basa su una traiettoria di ricerca relativamente recente che si sta affacciando nel più ampio campo dell’etnografia e, cioè, l’autoetnografia che secondo la definizione di Ellis e collaboratori è: «un approccio alla ricerca e alla scrittura che cerca di descrivere e analizzare sistematicamente (*graficamente*) l’esperienza personale (*auto*) per comprendere l’esperienza culturale (*etno*)» (Ellis, Adams, Bochner, 2010: 1). Un approccio di ricerca e una metodologia di raccolta dati e rielaborazione narrativa che ha lo scopo di osservare, descrivere, analizzare le esperienze personali per comprendere il processo di simbolizzazione e significazione delle costruzioni culturali. Ed è proprio quello che è stato fatto per il primo segmento di ricerca, ho utilizzato la mia esperienza personale vissuta con la pandemia per poter produrre la costruzione di significati culturali intorno alle “relazioni altruistiche ed egoistiche”. L’autoetnografia pone l’accento su aspetti che prima erano considerati residuali o di sfondo rispetto all’approccio etnografico classico (Masullo, Addeo, Delli Paoli, 2020): *a*) la rilevanza delle dimensioni soggettiva e biografica

di chi fa ricerca; *b*) la centralità del processo di scrittura nella produzione scientifica nelle discipline sociali e umanistiche; *c*) l'importanza della referenza intesa come punto di vista e prospettiva di chi scrive e racconta; *d*) il superamento della separazione delle scienze sociali e la letteratura scientifica.

L'aspetto innovativo dell'autoetnografia è la possibilità di vedere sotto una nuova luce il rapporto tra fenomeno studiato e ricercatore, individuando nella biografia dell'osservatore (ricercatore) aspetti che possono chiarire, descrivere o fungere da chiave di lettura delle informazioni e dati raccolti nel loro processo interpretativo (Anderson, 2006). Quello che qui si presenta può essere classificato come un caso di autoetnografia analitica¹ che rappresenta il tentativo di sistematizzazione e di operativizzazione dei processi narrativi all'interno dell'approccio autoetnografico. Quest'ultima offre la possibilità, dunque, di studiare un fenomeno nella molteplicità degli aspetti e delle dimensioni smentendo anche l'idea (sostenuta principalmente negli ultimi anni) che questo tipo di indagine sia una forma di ricerca non tradizionale e poststrutturalista, poiché si adatta molto bene alla tradizionale etnografia interazionista simbolica. Attraverso, dunque, l'indagine autoetnografica durata per tutto il periodo della pandemia in Italia si è potuto intraprendere un percorso di riflessione sugli aspetti simbolico-culturali che ha permesso di osservare l'attivazione di comunità che mettono in contatto i soggetti con le reti di supporto formali e informali esistenti sul territorio.

Il secondo segmento di ricerca, invece, riguarda la narrazione della pandemia attraverso la piattaforma social Twitter e nello specifico essa si fonda sull'analisi dei tweet. La raccolta dei tweet (sono stati esclusi i retweet) riguarda il periodo 1 gennaio 2020-31 dicembre 2022 (un totale di 150.431 di tweet) ed è avvenuta con l'ausilio del software R academic-Twitter system, API2 (Barrie, Ho, 2021) nell'ambito del progetto PID2021-123983OB-I00: "Teorías de la conspiración y discurso de odio en línea: comparación de patrones en narrativas y redes sociales sobre COVID-19, inmigrantes, refugiados y personas LGTBI", finanziato da MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ e da "FEDER Una manera de hacer Europa" (Universidad de Huelva, Spagna). Ho potuto beneficiare dell'utilizzo di tali dati in quando membro dell'International Team Work

¹ L'altra forma è l'autoetnografia evocativa (Bochner, Ellis, 2016). Questa è caratterizzata sostanzialmente da un carattere aperto e integrativo degli approcci metodologici, nonché dalla creatività del processo narrativo che spesso entra in contrasto con i rigori della scrittura scientifica.

di questo progetto. La query con cui sono stati raccolti i tweet per l'Italia è stata la seguente:

coronavirus OR corona OR Covid-19 OR covid19 OR covid OR pandemia OR vaccino OR #coviditalia OR #coronavirus OR #Covid-19 OR #covid19 OR #pandemia OR #vaccino; #stayathome OR #novaccino OR #novax OR #nomascherina OR #riapriamomilano OR #plandemia OR #nolockdown OR #5G OR complotto OR negazionisti OR #untori OR #negazionismo OR #tor-niamoliberi OR #andratuttobene OR #iorestoacasa OR #italiazonarossa OR #irresponsabili OR #quarantena OR #dittaturasanitaria OR #greenpass OR #obbligovaccinale.

Le parole della query oltre a comprendere parole strettamente collegate alla diffusione del virus e alla campagna vaccinale, comuni anche ad altri paesi (per esempio, covid-19, coronavirus, mascherina, vaccino, etc.) sono state selezionate delle parole che hanno caratterizzato gli hashtag in particolare in Italia sia nel periodo della pandemia (Fase1) sia nel periodo della campagna vaccinale (Fase2). Si pensi per esempio alla frase “Andrà tutto bene” che è nata proprio in Italia e poi si è diffusa in altri paesi, oppure “Riapriamo Milano” o “Green Pass” riferito alla certificazione rilasciata dall'Italia a coloro che avevano rispettato l'obbligo vaccinale.

L'analisi dei tweet è stata suddivisa per anni solari (2020-2022) con un approfondimento sul periodo temporale che coincide con la Fase1 (21 febbraio-3 maggio 2020) e parte dal considerare le ricorrenze di quattro hashtag tra quelli selezionati per la query: due di orientamento positivo (#andratuttobene e #iorestoacasa) e due di orientamento negativo (#novaccino e #nomascherina).

Le ricorrenze sono state calcolate con l'ausilio delle diverse funzioni del foglio di calcolo Excel del pacchetto applicativo di Microsoft Office e del software R academicTwitter system (Barrie, Ho, 2021). In merito si precisa che per tre dei quattro hashtag (come si potrà osservare nella Tab. 1) sono stati sommati anche gli hashtag nelle versioni in lingua inglese perché ricorrenti anche nella lingua italiana. La lingua inglese è stata esclusa, invece, per l'hashtag #andratuttobene [#everythingwillbefine] perché – come detto sopra – nasce in Italia e poi si diffonde nel resto nel mondo.

3.2. Il “commercio di vicinato” come forma di relazione altruistica

La trasformazione e ricostruzione del sistema dei bisogni a seguito di eventi emergenziali (Mangone, 2018) si rifà a un orientamento importante che è

quello della valorizzazione della comunità come risorsa attraverso l’attivazione dei processi di resilienza (comunità resilienti) che riescano a contrastare i fattori di vulnerabilità accentuati ulteriormente dalla pandemia. A partire da ciò, il capitale sociale deve essere inteso come un aspetto delle relazioni sociali (risorse) che si differenziano a seconda dei contesti relazionali. Si guarda qui all’ambito micro e meso relazionale, come a quelle dimensioni – spesso trascurate nelle rilevazioni empiriche sul capitale sociale – che pongono al centro le funzioni di sostegno svolte dalle reti di prossimità. In merito a queste ultime, esse sono differenziabili rispetto alle qualità formali delle relazioni che rappresentano il capitale sociale. Avremo, pertanto, un capitale sociale *bonding* – che fa riferimento alle relazioni di prossimità all’interno di una determinata cerchia sociale, caratterizzate da fiducia reciproca e sostegno – e un capitale sociale *bridging* – ovvero le relazioni fiduciarie tra un membro di un certo gruppo sociale e un soggetto esterno. Attivare un lavoro di comunità vuol dire mettere in contatto i soggetti con le reti di sostegno che trova intorno a sé sul territorio sia formali sia informali. Se la rete formale è ben chiara e delineata (si pensi al Sistema Sanitario Nazionale e al suo personale), la rete informale ha fatto registrare dei risvolti, forse, anche inaspettati per quanto riguarda le relazioni di prossimità che hanno visto un’attenzione anche agli aspetti di carattere economico. In Italia, infatti, se da una parte la pandemia paradossalmente ha portato alla riscoperta della più classica relazione di prossimità del “vicinato” (Boccacin, 1998; Manzo, 2013) – che non è oggetto di questo studio – dall’altra parte, ha valorizzato il “commercio di vicinato” (Zandighi, Orsi, 2020). Nel corso dell’emergenza da COVID-19 il distanziamento sociale (Gualda et al., 2021), il confinamento presso la propria abitazione ha senza dubbio ridotto la possibilità selettiva dei soggetti nello stringere relazioni oltre le mura della propria unità domestica, o di praticare le relazioni esterne a essa o già preesistenti (Gutin et al., 2021). L’esperienza del confinamento, tuttavia, ha determinato la possibilità di tracciare legami anche trasversali al gioco esercitato dalle variabili strutturali. Si può, dunque, ipotizzare, sulla base dell’approccio autoetnografico adottato, che l’esperienza vissuta durante la prima fase di emergenza abbia avvicinato soggetti che per caratteristiche psicologiche e sociali probabilmente non si sarebbero mai conosciuti. Si è verificato quello che Santambrogio (2020) ha definito come “stato di eccezione sociale” inteso come

una situazione di fatto, nella quale, a causa di una circostanza tra le più eterogenee, si creano le condizioni per una vita del tutto diversa da quella ordinaria. Si concretizza cioè una dimensione di eccezionalità, che però non viene decisa, ma si viene piuttosto creando da sé, all’interno della società stessa e in

modo non causalmente determinato da fattori esterni, come potrebbero essere quelli naturali, politici ed economici (Santambrogio, 2020: 17).

Ecco che si destruttura e si ridefinisce lo spazio sociale vitale in conseguenza di un lockdown che si divide tra lo “stato d’eccezione” (Agamben, 2003) e lo “stato d’eccezione sociale” (Santambrogio, 2020) come chiarito in un precedente contributo (Martini, Picarella, Mangone, 2022). Ciò ha ingenerato – pur tenendo conto delle singole realtà – configurazioni che hanno consentito di costruire (attraverso contatti frequenti, relazioni di mutuo aiuto, scambio di informazioni) una socialità inedita, che ha dato vita alla formazione di “spazi sociali” collettivamente significativi generando la premessa per la formazione di quella che Appadurai (1996) chiama “località”, contesto in cui si esprimono pratiche consapevoli ed elaborate rappresentazioni, esecuzioni e azioni.

Ed è nella “località” che, durante il confinamento dell’intera Italia per la COVID-19, si sono registrati delle trasformazioni nei consumi sia alimentari sia di altri generi (Corposanto, Fotini, 2020; Bartoletti, Paltrinieri, Parmiggiani, 2022) modificando il cosiddetto “paniere della spesa”. Ciò ha comportato, contemporaneamente, la modifica delle modalità di acquisto (Mazzette, 2022). Se, infatti, da una parte si è registrato un forte incremento degli acquisti online, dall’altra parte si è riscoperto il “negozio di prossimità” e, quindi, il “commercio di vicinato” (Zanderighi, Orsi, 2020) in particolare nel settore agro-alimentare:

i piccoli alimentari – ormai in via di estinzione per la sovrappotenza delle grandi superfici, frequentati da anni solo per piccoli acquisti sbrigativi di emergenza – ritornano ad essere punti di riferimento per i quartieri, il vicinato, i piccoli centri abitati. Le limitazioni negli spostamenti, il timore per i luoghi affollati e per le code, hanno fatto riscoprire il valore sociale, comunitario si potrebbe dire, del ‘salumiere’, quale figura qui simbolicamente rappresentante di quelli che in gergo professionale sono definiti ‘liberi servizi’, cioè punti vendita di ridotte dimensioni (Corposanto, Fotini, 2020: 57).

Sembra che i cittadini (consumatori) con la pandemia abbiano maturato una nuova e maggiore consapevolezza rispetto alle caratteristiche dell’offerta e soprattutto dei “luoghi” dell’offerta. Per anni si era assistito nel settore del commercio alla continua nascita di attività delle grandi distribuzioni (super e ipermercati e outlet center) riducendo sempre di più il numero di presenze nei negozi al dettaglio soprattutto nelle grandi città come conseguenza delle trasformazioni degli stili di vita (Tamini, Zanderighi, 2017), restando invece come “avamposti” nei piccoli comuni (per lo più collinari e di montagna). Con la pandemia c’è stata la riscoperta del

ruolo primario svolto dalla “bottega” sotto casa non solo come servizio e, spesso, anche come servizio a domicilio, ma anche come supporto umano in quanto nei mesi più duri del confinamento il negoziante sotto casa era l’unica persona non del nucleo familiare, seppure con tanto di dispositivi di sicurezza (si pensi alla mascherina chirurgica), che poteva essere incontrata e con cui scambiare qualche parola.

I piccoli empori dei comuni al di sotto dei 5mila abitanti – comuni che rappresentano circa il 70,04% del numero complessivo dei comuni italiani sulla base dei dati Istat della popolazione residente al 1 gennaio 2023 – e i piccoli negozi di quartiere nelle città di dimensioni medie e grandi, sono stati una risorsa fondamentale nei mesi in cui gli spostamenti erano limitati, ampliando il concetto di “a chilometro zero” che ha assunto un’accezione più ampia non riferendosi solo ai prodotti agro-alimentari coltivati e commercializzati nello stesso territorio, ma ha inglobato in sé proprio l’idea del “commercio di vicinato” inteso come il negozio a “portata di mano”, “sotto casa” e sempre raggiungibile che in alcuni casi si è riorganizzato affidandosi anche alle nuove tecnologie della comunicazione per venire incontro alle esigenze del cliente (si pensi alle applicazioni software per la compilazione della lista della spesa e la relativa prenotazione dei prodotti). Il “commercio di vicinato” ha offerto quel *quid* in più ai consumatori poiché non si è limitato al solo scambio di beni offrendo un servizio di prossimità (Vitulo, 2022), ma hanno anche limitato – a volte – i disagi di carattere sociopsicologico di coloro che, a causa dell’isolamento, non potevano spostarsi dalla propria abitazione fornendo anche un servizio personalizzato e a domicilio. Tra questi negozianti e i compratori si è mantenuta attiva – seppur in una forma fortemente limitata – una “relazione sociale” che nelle grandi distribuzioni o con il commercio online non si realizza.

Con la pandemia, il modello del “commercio di vicinato” si presenta in maniera analoga al modello del “quasi mercato” in sanità: ha favorito l’integrazione tra domanda e offerta che ha privilegiato, da una parte, le scelte di sicurezza e di tutela della salute dei consumatori e, dall’altra parte, di rispetto delle limitazioni, nonché il soddisfacimento dei bisogni primari e in alcuni casi secondari.

La rivalutazione del “commercio di vicinato” ha seguito l’orientamento importante della valorizzazione della comunità come risorsa (Mangone, Masullo, 2021): attivare un lavoro di comunità vuol dire, dunque, non solo, mettere il cittadino nelle condizioni di poter avere i “titoli di accesso” (Dahrendorf, 1989) alla rete di sostegno formale e informale che trova intorno a sé sul territorio, ma anche sostenere e promuovere

tutte quelle reti comunitarie di solidarietà e reciprocità che spontaneamente in una comunità si realizzano – si pensi al caso della “spesa sospesa”² che ha preso avvio proprio dai “negozi di prossimità” per poi estendersi anche, in alcuni casi, alla media e grande distribuzione attraverso le organizzazioni di terzo settore e di protezione civile. In quest’ottica, andrebbe rafforzata questa che appare essere una “buona pratica” che consente non solo l’incontro della domanda e dell’offerta in senso strettamente economico, ma anche il soddisfacimento di un bene comune che è il benessere della comunità che si sostanzia spesso con azioni/relazioni di carattere altruistico come la “spesa sospesa”.

3.3. La narrazione dell'emergenza pandemica in Twitter e la generazione di "relazione egoistiche"

Se l'esempio proposto sopra può essere ricondotto a “relazioni altruistiche” non sono mancati in Italia (ma anche nel resto del mondo), nello stesso periodo esempi di fenomeni o atteggiamenti riconducibili a “relazioni egoistiche”. Questi ultimi esempi rientrano tutti nell’ambito della comunicazione realizzata sia attraverso i vecchi media sia con i nuovi media. Nel proseguire si riportano alcune esemplificazioni di queste dinamiche partendo dalla narrazione che si è fatta della diffusione del virus (Boccia Artieri, Farci, 2021). La domanda posta è: Quali tipi di relazioni ha prodotto la narrazione della pandemia?

Fermo restando che la narrazione ha insita in sé un grado di retorica molto elevato (Phelan, 1996) – accentuata sicuramente dalle forme di comunicazioni adottate – essa promuove il dibattito ma non su tutti i temi che riguardano la pandemia e non sicuramente in tutti i luoghi. La narrazione è parte della vita sociale e questo è un fatto ineluttabile. Altro elemento ineluttabile è la sua ambiguità concettuale che, spesso, produce “effetti perversi” (Boudon, 1977): in essa è insito il conflitto. Nel caso della “pandemia” la narrazione mobilita in modo globale ma ha un’appropriazione locale (Thompson, 1995) ed essa si presenta, dunque, sotto due forme: conoscenza e comunicazione (Mangone, 2022b). Come modalità di conoscenza, in quanto il processo “conoscitivo” non consiste nella pura registrazione meccanica delle informazioni ma riorganizza, rielabora, rappresenta e interpreta le informazioni; come modalità di comunicazione, in quanto sviluppa un sistema di simboli e significati condiviso

² La “spesa sospesa” deriva da un’antica usanza della zona di Napoli di lasciare anonimamente un caffè pagato (sospeso) al bar per dare la possibilità anche alle persone indigenti di gustare l’espresso napoletano. La pratica si è poi “trasferita” all’interno del settore agroalimentare.

da una comunità o da una certa parte di essa che si pensa e agisce in base a tali simboli e significati. E poiché la conoscenza permette lo sviluppo dei sistemi di idee e la comunicazione la loro diffusione, si può ben comprendere come la narrazione assume un ruolo centrale nel promuovere il mutamento sociale e, quindi, anche nella promozione di “relazioni altruistiche” o “relazioni egoistiche”.

La realtà che emerge nei primi mesi di diffusione del virus in Italia ha fatto ipotizzare che nell’agire (delle istituzioni e dei singoli individui) non sia stata operante e chiara una coscienza del problema nei termini dell’emergenza pandemica e del rischio sanitario (Mangone, 2021d) che intere popolazioni correvano (e che di fatto hanno corso). Solo dopo i primi casi in Europa viene confermata la forte necessità di affrontare il problema in maniera decisa orientando la comunicazione e le forme di narrazioni al contenimento del contagio.

Alla luce di ciò, è stato naturale che, a proposito della pandemia, sia stata prodotta da parte dei media una infodemia (Debanjan, Meena, 2021) o informazione sensazionalistica (nel migliore dei casi) che ha teso alla colpevolizzazione prima della popolazione cinese e poi dei malati che erano considerati “untori” (Villa et al., 2020). Questo riporta la riflessione sulla narrazione che, in una situazione di alto coinvolgimento delle emozioni, di valori e di risorse socioculturali, deve assumere una funzione tale da non creare panico morale (Cohen, 2002) ma tendere alla modifica degli atteggiamenti e degli stili di vita utili (in questo caso alla riduzione del rischio di contagio).

L’emergenza dovuta alla pandemia è apparsa come l’espressione di un problema di ordine e controllo sociale, ma anche la testimonianza di una condizione umana drammatica vissuta sia dagli operatori sanitari sia dalla popolazione (ovviamente in maniera differenziata) che, una volta inserita nel circuito della narrazione mediatica o non, può avere la capacità di suscitare reazioni emotive nell’opinione pubblica con le conseguenti azioni orientate positivamente (altruismo) o negativamente (egoismo).

La narrazione della carta stampata in Italia nella cosiddetta Fase I dell’emergenza si era concentrata sull’attribuzione dell’etichetta di “nemico” (Tisdall, 2020; Mangone, 2020b) a qualcosa (in questo caso, il virus) richiamando quell’aspetto di irrazionalità sociale del capro espiatorio (Girard, 1982) che non genera certamente relazioni positive o altruistiche, ma genera una caccia al “potenziale untore” (capro espiatorio) che produce inevitabilmente relazioni di tipo egoistico. In questo tipo di dinamica interpretativa si verifica quella ambiguità che spinge gli individui a dare delle spiegazioni sociali irrazionali dei propri atteggiamenti. Se questo è quanto accaduto con la carta stampata nella prmissima fase

dell'emergenza, quanto accaduto con un social media come Twitter richiede un'analisi più ampia da un punto di vista temporale che non si può limitare alla fase iniziale, ma deve comprendere anche le fasi successive, così come descritto precedentemente.

A differenza della carta stampata Twitter, come si potrà vedere nella descrizione che seguirà (Tab. 1), ha promosso una narrazione che è stata ambivalente con una propensione verso la costruzione di relazioni positive nella Fase1 che possiamo identificare anche come “relazioni altruistiche” come responsabilità e solidarietà, mentre nella Fase2 ha proposto una narrazione che ha favorito relazioni conflittuali e, quindi, negative che possono ricondursi a “relazioni egoistiche”.

Tabella 1 – Ricorrenze degli hashtag selezionati (anni 2020-2022 e periodo, 21 febbraio-3 maggio 2020)

HASHTAG	2020	2021	2022	21 febbraio 2020 / 3 maggio 2020
#andratuttobene	706	35	151	636
#iorestoacasa + (#stayathome)	4.560	82	93	3.706
#novaccino + (#novax)	149	8.625	64.675	34
#nomascherina + (#nomask)	42	35	395	0
Totale hashtag	7.206	17.544	125.681	5.832

La prima cosa evidente è la crescita del numero dei tweet (contenenti gli hashtag della query) con il passare degli anni. Si nota, inoltre, come in realtà l'orientamento degli stessi cambia a prescindere dall'analisi del loro contenuto (che non è oggetto di questo contributo). Nel primo anno di pandemia, infatti, gli hashtag più ricorrenti erano #andratuttobene e #iorestoacasa, con l'hashtag #iorestoacasa preponderante nel periodo della Fase1 (21 febbraio-3 maggio 2020). Molto spesso l'hashtag #iorestoacasa sembra essere accompagnato dalla promozione del senso di responsabilità che favorisse lo sviluppo di atteggiamenti tendenti alla riduzione del contagio (relazioni altruistiche).

Nella Fase2, invece, come già detto sopra, si registra un aumento generale dei tweet che hanno come oggetto il coronavirus, ma per l'anno

2021 (anno in cui comincia la campagna vaccinale), l’hashtag che predomina è #novaccino (8.625) che diventa dominante nel 2022. Questo andamento si è accompagnato alla costruzione di una narrazione antivaccinale che si è tradotta in una narrazione “complotista” e di “dittatura sanitaria” (Garzonio, Nuvoli, 2022) determinando di fatto due atteggiamenti negativi: da una parte, la nascita di un conflitto (non solo dialettico) tra i favorevoli al vaccino e i contrari, e dall’altra parte, l’assunzione di atteggiamenti non orientati alla riduzione della diffusione del virus mettendo a rischio la propria e l’altrui salute.

Il quadro generale evocato suggerisce uno scenario in cui la percezione di uno stato di continua tensione risulta essere molto forte e gli effetti delle narrazioni influenzano la percezione della realtà e di un problema sociale come il rischio sanitario. La diffusione del contagio è considerata innanzitutto una minaccia alla salute (lo mostrano i tweet della Fase1), ma anche alle libertà personali e di scelta considerate le limitazioni di circolazione per ogni singolo individuo (dai bambini agli anziani, nessuno escluso) e la questione dell’obbligo vaccinale. Indubbiamente la narrazione di Twitter della Fase2 in Italia ha comportato la diffusione di orientamenti che nella logica di questo contributo si possono definire come generanti “relazioni egoistiche”.

RIFLESSIONI CONCLUSIVE

I casi che qui si sono proposti hanno evidenziato come le condizioni sociali contestuali e susseguenti a una fase emergenziale, come quelle vissute per effetto della pandemia da COVID-19, possono essere sia promotrici di forme inedite di solidarietà sociale e di *social support* (relazioni altruistiche) sia promotrici di forme di conflittualità e ostilità (relazioni egoistiche). Le risultanze dei due segmenti di ricerca presentati dimostrano proprio ciò: da una parte, il “commercio di vicinato” ha prodotto rapporti anche inediti tra gli individui (capitale sociale di prossimità caratterizzato da fiducia) contribuendo alla costruzione di relazioni che possono essere identificate nella fattispecie definita come “relazioni altruistiche”; mentre, dall’altra parte, la narrazione di Twitter ha riprodotto idee che hanno spinto verso la deriva del negazionismo e del complotismo e al conflitto tra individui favorevole e contrari al vaccino (clima di sfiducia nella scienza).

In questa logica, sarebbe auspicabile, da una parte, la costruzione di modelli di best practice derivanti dalle forme di esperienze positive (in questo caso il “commercio di vicinato”) da replicare in territori differenti

e per differenti target di popolazione in condizioni di fragilità che possano, in situazioni di emergenza o no, poter essere supportati con piccoli interventi (per esempio, la spesa a domicilio). La replicazione di modelli che hanno fatto registrare effetti positivi andrebbero a ridurre la poca efficacia, in molti casi, degli interventi di welfare locale che spesso si limitano solo ad aspetti di carattere materiale e non relazionale; dall'altra parte, la riduzione delle condizioni (come le forme di narrazione che producono conflitti) che possono poi promuovere atteggiamenti orientati all'egoismo.

In altre parole, per favorire la generazione di "relazioni altruistiche" rispetto a "relazioni egoistiche" è necessario andare ad agire su tutti quegli aspetti della società che sono promotrici di relazioni a partire dalle relazioni di prossimità fino a giungere alla comunicazione dei mezzi di informazioni (gli esempi presentati, in questo senso sono chiari). Per affermare il superamento delle logiche economiche e naturalistiche dell'egoismo e dell'altruismo è necessario uno sforzo per favorire la crescita della fiducia per ridurre al minimo le condizioni che possono generare conflitti e odio.

ACKNOWLEDGEMENT

Questo articolo è parte del progetto di I+D+i dal titolo "Teorías de la conspiración y discurso de odio online: Comparación de patrones en narrativas y redes sociales sobre COVID-19, inmigrantes, refugiados y personas LGBTI [NON-CONSPIRA-HATE!]" PID2021-123983OB-I00, finanziato dal MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ e da FEDER Una manera de hacer Europa", per la call "Proyectos de Generación de Conocimiento 2021".

Proyecto PID2021-123983OB-I00 financiado por:



RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AFFUSO, O., PARINI, E. G., SANTAMBROGIO, A. (2020). *Gli italiani in quarantena. Quaderni da un "carcere" collettivo*. Perugia: Morlacchi.
- AGAMBEN, G. (2003). *Lo stato di eccezione*. Torino: Bollati Boringhieri.
- ANDERSON, L. (2006). Analytic Autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4): 373-395.
- APPADURAI, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis-London: University of Minnesota Press.
- BARRIE, C., HO, J. CHUN-TING (2021). academicwitterR: an R package to access the Twitter Academic Research Product Track v2 API endpoint. *Journal of Open Source Software*, 6(62), 3272, <https://doi.org/10.21105/joss.03272>
- BARTOLETTI, R. PALTRINIERI, R., PARMIGIANI, P. (a cura di) (2022). *Pratiche di consumo alla prova del Covid-19*. Milano: FrancoAngeli.
- BOCCACIN, L. (1998). Le forme sociali dell'appartenenza. *Studi Sociologia*, 36(3): 291-303.
- BOCCIA ARTIERI, G., FARCI, M., a cura di, (2021). *Shockdown. Media, cultura, comunicazione e ricerca nella pandemia*. Milano: Meltemi.
- BOCHNER, A., ELLIS, C. (2016). *Evocative autoethnography: Writing stories and telling lives*. New York: Routledge.
- BONANNO, G. A., GALEA, S., BUCCIARELLI, A., VLAHOV, D. (2006). Psychological resilience after disaster. *Psychological Science*, 17: 181-186.
- BOUDON, R. (1977). *Effects pervers et ordre social*. Paris: PUF.
- BRUNI, L. (2021). *Solidarietà critica. Patologie neoliberale e nuove forme di socialità*. Milano: Meltemi.
- COHEN, S. (2002). *Folk Devils and Moral Panics: The creation of the Mods and Rocker*. London: Routledge.
- COLEMAN, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge-London: The Belknap Press of Harvard University.
- CORPOSANTO, C., FOTINI M. (2020). *COVID-19. Le parole diagonali della Sociologia*. Catanzaro: The Diagonales.
- DAHERENDORF, R. (1989). *Il conflitto sociale nella modernità*. Roma-Bari: Editori Laterza.
- DE MARCHI, B. (2020). Societal Vulnerability and Resilience in the COVID-19 Crisis. *Culture e Studi del Sociale*, 5(1) Special: 163-174.
- DEBANJAN, B., MEENA, K. S. (2021). COVID-19 as an "Infodemic" in Public Health: Critical Role of the Social Media. *Frontiers in Public Health*, 9: 610623.
-

- DONATI, P., ARCHER, M. S. (2015). *The Relational Subject*. Cambridge: University Press Cambridge.
- ELLIS, C., ADAMS, T. E., BOCHNER, A. P. (2010). Autoethnography: An Overview [40 paragraphs]. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 12(1), Art. 10, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1101108>.
- GARZONIO, E., NUvoli, K. (2022). Covid-19, la dittatura sanitaria. Uno studio comparativo della narrazione antivaccinista in Italia e Francia *Problemi dell'informazione*, 3: 383-405.
- GAYNOR, T. S., WILSON, M. E. (2020). Social Vulnerability and Equity: The Disproportionate Impact of COVID-19. *Public Administration Review*, 80(5): 832-838.
- GIRARD, R. (1982). *Le bouc émissaire*. Parigi: Grasset.
- GUALDA, E. (2022). Altruism, Solidarity and Responsibility from a Committed Sociology: Contributions to Society. *The American Sociologist*, 53(1): 29-43. <https://doi.org/10.1007/s12108-021-09504-1>.
- GUALDA, E., KROUWEL, A., PALACIOS-GÁLVEZ, M., MORALES-MARENTE, E., RODRÍGUEZ-PASCUAL, I., GARCÍA-NAVARRO, E.B. (2021). Social Distancing and COVID-19: Factors Associated with Compliance With Social Distancing Norms in Spain. *Frontiers in Psychology*, 12:727225. doi: 10.3389/fpsyg.2021.727225
- GUIGONI, A., FERRARI, R. (a cura di) (2020). *Pandemia 2020. La vita quotidiana in Italia con il Covid-19*. Danyang: M&J Publishing House.
- GUTIN, G., HIRANO, T., HWANG, S.-H., NEARY, P. R., TODA, A. A. (2021). The effect of social distancing on the reach of an epidemic in social networks. *Journal of Economic Interaction and Coordination*, <https://doi.org/10.1007/s11403-021-00322-9>
- HOGGETT, P. (2014). *Resilience*. In S. Maile, D. Griffiths (eds.), *Public engagement and social science* (pp. 159–172). Bristol: Bristol University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1ggjk8w.17>
- LEBEL, L., ANDERIES, J. M., CAMPBELL, B., FOLKE, C., HATFIELD-DODDS, S., HUGHES, T. P. & WILSON, J. (2006). Governance and the capacity to manage resilience in regional social-ecological systems. *Ecology & Society*, 11(1): 19.
- LEVY, P. (1994). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. Parigi: Éditions La Découverte.
- LOMBARDI, S., PINA E CUNHA, M., GIUSTINIANO, L. (2021). Improvising resilience: The unfolding of resilient leadership in COVID-19 times.
-

- International Journal of Hospitality Management*, 95, 102904. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102904>.
- MANGONE, E. (2018). *The Reconstruction of a New System of Needs after a Post-War Emergency*. In S. Schlieve, N. Chaudhary, G. Marsico (eds.), *Cultural Psychology of Intervention in the Globalized World* (pp. 135-154). Charlotte: Information Age Publishing Inc.
- MANGONE, E. (2020a). *Beyond the Dichotomy between Altruism and Egoism. Society, Relationship and Responsibility*. Charlotte: Information Age Publishing Inc.
- MANGONE, E. (2020b). Il rischio sanitario tra narrazione e stili interpretativi: la metafora del “nemico”. *Cambio*, OpenLab on Covid-19. DOI: 10.13128/cambio-9617
- MANGONE, E. (2021a). Dalla dicotomia altruismo/egoismo alle relazioni “altruistiche” ed “egoistiche”. *Quaderni di Teoria Sociale*, 2: 159-181.
- MANGONE, E. (2021b). *Incertezza, futuro, narrazione*. Fisciano: NaSC Free Press.
- MANGONE, E. (2021c). The future after a pandemic and the ethics of responsibility. *SN Social Sciences*, 1, 25. <https://doi.org/10.1007/s43545-020-00032-2>
- MANGONE, E. (2021d). *Le strategie di comunicazione del rischio di fronte alla pandemia da COVID-19*. In G. Boccia Artieri, M. Farci, a cura di, *Shockdown. Media, cultura, comunicazione e ricerca nella pandemia* (pp. 301-320). Milano: Meltemi.
- MANGONE, E. (2022a). *Solidarietà sociale*. Milano: Mondadori Education.
- MANGONE, E. (2022b). *Narratives and Social Change. Social Reality in Contemporary Society*. Cham: Springer International Publishing.
- MANGONE, E., MASULLO, G. (2021). *Comunità e resilienza: trasformazioni e rigenerazioni delle relazioni di prossimità*. In U. Conti (a cura di), *L'Italia centrale e i paesaggi sociali dei territori urbani in trasformazione* (pp. 11-29). Sesto San Giovanni: Mimesis Edizioni.
- MANGONE, E., ZYUZEV, N. (2020). Everyday Life “Turned upside Down”: Disasters, Future and Resilience. *Culture e Studi del Sociale*, 5(1) Special: 175-193.
- MANYENA, S. B. (2006). The concept of resilience. *Disasters*, 30(4): 433-450.
- MANZO L. (2013). Vicini (ma non troppo). Uno studio esplorativo sul tema del vicinato in Italia. *Cidades, Comunidades e Territórios*, 26: 16-39.
-

- MARTINI, E., PICARELLA, L., MANGONE, E. (2022). The Social Space between Border and Boundary: Is the Lockdown in Latin America a “State of Exception” or a “State of Social Exception”? *International Journal of Psychoanalysis and Education: Subject, Action & Society*, 2(2), 54-80. <https://doi.org/10.32111/SAS.2022.2.2.6>
- MASULLO, G., ADDEO, F., DELLI PAOLI, A. (2020). *Etnografia e Netnografia. Riflessioni teoriche, sfide metodologiche ed esperienze di ricerca*. Napoli: Paolo Loffredo.
- MAY, T., PERRY, B. (2017). *Reflexivity. The Essential Guide*. London: Sage.
- MAZZETTE, A. (2022). Metamorfosi urbane in tempo di pandemia: alcune riflessioni. *Sociologia Urbana e Rurale*, 127: 52-62. <https://doi.org/10.3280/SUR2022-127005>
- MOSCOVICI, S. (2000). Les formes élémentaires de l'altruisme. In S. Moscovici (dir.), *Psychologie sociale des relations à autrui* (pp. 71-86). Paris: Nathan.
- NORRIS, F. H., STEVENS, S. P., PFEFFERBAUM, B., WYCHE, K. F., PFEFFERBAUM, R. (2008). Community Resilience as a Metaphor, Theory, Set of Capacities, and Strategy for Disaster Readiness. *American Journal of Community Psychology*, 41(1-2):127-50.
- PADILLA, L., HOSSEINPOUR, H., FYGENSON, R. ET AL. (2022). Impact of COVID-19 forecast visualizations on pandemic risk perceptions. *Scientific Reports*, 12: 2014. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-05353-1>
- PHELAN, J. (1996). *Narrative as Rhetoric. Technique, Audiences, Ethics, Ideology*. Columbus: Ohio State University Press.
- PHILLIPS, B. D., THOMAS, D.S.K., FOTHERGILL, A., BLINN-PIKE, L. (eds.) (2010). *Social Vulnerability to Disaster*. Boca Raton: CRC.
- QUARANTELLI, E. L. (ed.) (1998). *What is a disaster? A dozen perspectives on the question*. New York: Routledge.
- RODRÍGUEZ, H., QUARANTELLI, E. L., DYNES, R. R. (eds.) (2007). *Handbook of Disaster Research*. New York: Springer.
- SANTAMBROGIO, A. (2020). *Salutare gli sconosciuti. Vita quotidiana e senso comune al tempo del Covid-19*. In O. Affuso, E. G. Parini, A. Santambrogio, *Gli italiani in quarantena. Quaderni da un “carcere” collettivo* (pp. 15-71). Perugia: Morlacchi.
- SOROKIN, P.A. (1942). *Man and Society in Calamity. The Effects of War, Revolution, Famine, Pestilence Upon Human Mind, Behavior, Social Organization and Cultural Life*. New York: Dutton.
- SOROKIN, P. A. (1948). *The Reconstruction of Humanity*. Boston: The Bacon Press.
-

- SOROKIN, P. A. (1958). *Integralism is My Philosophy*. In W. Burnett (ed.), *This is my Philosophy. Twenty of the World's Outstanding Thinkers reveal the Deepest Meaning they have found in Life* (pp. 180-189). London: George Allen & Unwin Ltd.
- SULTANA, T., DHILLON, G., OLIVEIRA, T. (2023). The effect of fear and situational motivation on online information avoidance: The case of COVID-19. *International Journal of Information Management*, 69(102596). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102596>
- TAMINI, L., ZANDERIGHI, L. (2017). *Dismissioni commerciali e resilienza*. Milano: Egea.
- THOMPSON, J. B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge: Polity.
- TISDALL, S. (2020, 4 gennaio). Lay off those war metaphors, world leaders. You could be the next casualty. *The Guardian*. Disponibile online: urly.it/3sh0a
- UN (2003). *Report on the World Social Situation 2003. Social Vulnerability: Sources and Challenges*. New York: United Nation.
- VILLA, S., JARAMILLO, E., MANGIONI, D., BANDERA, A., GORI, A., RAVIGLIONE, M. C. (2020). Stigma at the time of the COVID-19 pandemic. *Clinical Microbiology and Infection*, 26(11): 1450-1452. <https://doi.org/10.1016/j.cmi.2020.08.001>
- VITILLO, P. (2022). Servizi di prossimità. *Urbanistica Informazioni*, 302: 197.
- WRIGHT, K. (2021). *Community Resilience: A Critical Approach*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429448188>
- ZANDERIGHI, L., ORSI L. (2020). Commercio di vicinato e resilienza. *Micro & Macro Marketing*, 2: 377-394.
-