

La mascherina è il messaggio

Giovanni Fiorentino, Bianca Terracciano, *La mascherina è il messaggio. Le relazioni sociali al tempo del Covid-19*, Franco Angeli, Milano, 2022, pp. 119.

Parole chiave

Maschera, pandemia, protezione, immaginario

Stefano Cristante insegna Sociologia della comunicazione e Sociologia della scrittura giornalistica all'Università del Salento, dove svolge attività di ricerca presso il Dipartimento di Scienze umane e sociali (stefano.cristante@unisalento.it)

Tra le immagini richiamate in modo automatico alla nostra mente quando evochiamo la pandemia di Covid-19 c'è la mascherina. Si tratta di un termine che in precedenza usavamo poco o niente, quasi esclusivamente per parlare di travestimenti infantili in epoca di carnevale. Poi, da quando le autorità sanitarie e politiche hanno sancito la presenza e la circolazione massiccia del virus nel nostro mondo globalizzato, sulla mascherina i

discorsi si sono moltiplicati e infittiti. Per la verità non in modo univoco e non senza cambi di marcia: tra l'inverno 2020 e l'inverno 2022 – le date in cui si è consumata la calamità virale del Covid, la sua fase acuta – l'atteggiamento istituzionale nei confronti dei “dispositivi di protezione” è passato da una blanda raccomandazione all'obbligo di utilizzo, con tanto di significative sanzioni qualora fosse riscontrata un'infrazione.

Negli ultimi anni abbiamo tutti cominciato a prendere dimestichezza con le mascherine e con le loro sigle, anche se inizialmente di esse i media parlavano come di un oggetto forse fondamentale, ma scarsamente presente negli scaffali di supermercati e farmacie. Quando la pandemia scoppiò con evidenza nel nostro Paese – tanto da indurre il governo, allora presieduto da Giuseppe Conte, a proclamare il lockdown – mascherine e gel disinfettante erano complicati da trovare. Molti di noi riuscirono ad acquistare in farmacia qualche mascherina “chirurgica”, mentre quelle maggiormente protettive – definite “filtranti” – avevano nomi in acronimo (FFP2) ma restavano misteriose e lontane. Solo con il passare dei mesi le “Filtering Face Piece 2” (il numero identifica la loro grande efficacia rispetto a polveri, fumo e liquidi) sono giunte alla portata di tutti, e sono diventate la tipologia obbligatoria per la permanenza in molti spazi chiusi e nei mezzi di trasporto.

Molte di queste informazioni sono contenute, con parecchi dettagli in più, nello scattante volume *La mascherina è il messaggio*,

scritto dal sociologo dei media Giovanni Fiorentino e dalla semiologa Bianca Terracciano. Ultimato nei primissimi mesi del 2022, il libro risente ancora della forte esposizione pandemica da cui, nel periodo in cui viene scritta questa recensione, le autorità hanno poi decretato un percorso di fuoriuscita, motivato principalmente da una notevole diminuzione dei contagi e da una minore gravità/intensità della malattia. Anche in questo caso, la mascherina ha assunto il valore simbolico di oggetto in dismissione che sancisce la fine di un'epoca: all'aperto non è più obbligatoria da tempo, e da metà giugno non lo sarà più nemmeno in molti luoghi al chiuso. Tuttavia, benché l'ansia di aver magari dimenticato la FFP2 a casa sia diventata un ricordo (almeno per ora), la mascherina sta ancora navigando nel nostro immaginario: il libro di Fiorentino e Terracciano ci aiuta a orientare la navigazione, offrendo riflessioni di base (cosa “significa” usare una mascherina?) che poi evolvono in veri e propri percorsi di ricerca culturale. Si parte dall'esperienza collettiva del 2020, dalla difficoltà di adattamento a oggetti cui non

solo non eravamo abituati, ma che in più procuravano disagi alla respirazione, fastidi al naso e alle orecchie per via delle giunture e degli elastici, affievolimenti della voce che giungeva agli interlocutori schermata dal tessuto. Oltre al fatto che le mascherine nascondono la parte di viso che comprende il naso e la bocca, lasciando solo lo sguardo a rappresentare la nostra identità e quindi sottraendo alla relazione interpersonale una visione completa del volto, che prima davamo per scontata (gli autori ricordano che, in tempi pre-pandemici, il mascheramento non era in teoria consentito negli spazi pubblici, perché un individuo non sarebbe risultato riconoscibile). In qualche modo, l'adattamento alla mascherina è stato l'adattamento umano a un nuovo "mezzo" o "medium" alla maniera di McLuhan, un dispositivo di interposizione tra *Sapiens* e virus che ha modificato la comunicazione umana. Bianca Terracciano si diverte a scovare analogie tra l'avvento della mascherina sanitaria e gli stratagemmi per non rivelare la propria identità (come nel caso delle maschere dei supereroi dei fumetti, che ne proteggono la

sicurezza) oppure per modificare i propri tratti (come nel caso delle maschere-filtro di Instagram, usate a livello di massa). Oppure ancora per aggiungere un tocco in più di mistero alla propria estetica, giocando a rendere *glamour* la mascherina come è accaduto nel mondo della moda, rapidissimo come di consueto ad appropriarsi degli stimoli provenienti da ogni accadimento che coinvolge i grandi numeri. In questo caso la prospettiva iniziale (mascherina come negatrice dell'identità fisico-estetica) si muta nel suo opposto (mascherina come stimolatrice di nuove identità fisico-estetiche).

Terracciano conclude le sue incursioni semiotiche costruendo una mappatura al dispositivo-mascherina, descrivendo quattro significati che si organizzano nei quadranti creati da due assi cartesiani: uno verticale (creatività-tecnologia) e uno orizzontale (salute-moda). I significati (o valorizzazioni) della mascherina sono di tipo pratico (cioè offrono protezione), utopico (offrono spunti e creazioni identitarie dal "basso", come nel caso delle modifiche estetiche da parte dello *streetwear*), ludico (un prolungamento

giocosità della valorizzazione utopica) e infine critico (l'oggetto viene preso in considerazione in tutte le sue componenti di utilità e, si potrebbe dire, di sostenibilità, come nel caso della riutilizzabilità e della lavabilità).

Giovanni Fiorentino, nella parte finale del saggio, apre a una interessante descrizione dei tanti progetti sulle dinamiche della pandemia che hanno avuto come protagonista l'immagine fotografica trasposta nelle piattaforme digitali, come nei casi di The Photo Society (<https://thephotosociety.org/>), un collettivo di oltre 200 fotografi connessi in una rete visuale per National Geographic, o di Everyday Africa (www.everydayafrica.org/), un collettivo di fotografi che vuole cambiare l'immagine stereotipata dei paesi africani. Tra tutte le fotografie della pandemia Fiorentino sceglie di soffermarsi in particolare su un'immagine italiana, che così descrive:

Cremona, 8 marzo 2020, un'infermiera si addormenta, con la testa ancora fasciata dalla cuffia e il volto ricoperto dalla mascherina protettiva, sulle carte di lavoro, tra la

tastiera e lo schermo del pc. L'infermiera, crollata per la stanchezza alla fine del suo turno nel pronto soccorso dell'Ospedale Maggiore di Cremona, viene fotografata con uno smartphone dalla dottoressa Francesca Mangiatorti, in bianco e nero. La dottoressa assume la fotografia come immagine di copertina e icona identitaria del suo profilo Fb, la fotografia viene condivisa 677 volte nel social network.

La presenza della mascherina sul volto dell'infermiera contribuisce a rafforzare la potenza dell'immagine: in questo caso la mascherina è la testimonianza di un lavoro febbrile e spasmodico, in cui la scomodità del dispositivo indossato passa talmente in secondo piano da trasformarsi in realtà in un nuovo volto, contrassegnato dall'estrema dedizione alla cura dell'altro.