



Citation: V. Albanese, G. Mastrostefano (2022). Rappresentazione, narrazione e identità territoriali: il Molise e la mitopoiesi della non-esistenza. *Bollettino della Società Geografica Italiana* serie 14, 5(2): 65-77. doi: 10.36253/bsgi-1672

Copyright: ©2022 V. Albanese, G. Mastrostefano. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/bsgi>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

Rappresentazione, narrazione e identità territoriali: il Molise e la mitopoiesi della non-esistenza

Representation, Narration and Territorial Identities: Molise Region and the Mythopoiesis of Non-existence

VALENTINA ALBANESE¹, GIADA MASTROSTEFANO²

¹ *Dipartimento di Diritto, Economia e Culture, Università degli Studi dell'Insubria, Como, Italia*

² *Dipartimento di Bioscienze e Territorio, Università degli Studi del Molise, Pesche (Is), Italia*

E-mail: ve.albanese@uninsubria.it; g.mastrostefano@studenti.unimol.it

Abstract. Drawing inspiration from the case of the Molise region and the well-known story with which it is associated, non-existence, this article aims to reflect on the theoretical lines and possible methodological directions for analysing the processes of identity configuration of territories. The concepts of region and identity, in their similarities, represent a valid starting point for critical analysis. Territorial identity, in particular, finds its foundations in association with the adjectives relational and narrative. Multiple narratives inform it and build the sense of belonging of Molise's inhabitants. Discussing the way in which the region is narrated means wading through complex historical events and a constant co-production of places and myths. The latter, understood as low-intensity mythical narratives, are nowadays modified in the cyberplace. Therefore, discourse analysis and the combination of several methods are essential tools to follow the traces of the practices carried out by a hypothesized Molisian onlife sociotopia, such as the opinion of the inhabitants, news and information found on the web and internet memes. The answer to the proposed research question, "How can discourses and narratives about the non-existent Molise play a role in the construction of the territorial identity of Molise and the sense of belonging of the Molise people?" could thus reveal two regimes of truth, often understood as factual: the non-existence and, equally, the existence of the Molise region.

Keywords: Molise doesn't exist, *sociotopia onlife*, territorial identity, *cyberplace*, low intensity mythical narration.

Riassunto. Traendo spunti di riflessione dal caso della regione Molise e dal noto racconto a cui è associata, la *non esistenza*, questo articolo intende riflettere sulle linee teoriche e i possibili indirizzi metodologici per analizzare i processi di configurazione identitaria dei territori. I concetti di regione e identità, nelle loro similitudini, rappresentano un valido punto di partenza per analisi critiche. L'identità territoriale, in particolare, trova le sue fondamenta in associazione agli aggettivi relazionale e narrativa. Multiformenti narrazioni la informano e costruiscono il senso di appartenenza degli abi-

tanti molisani. Discutere del modo in cui viene raccontata la regione significa farsi strada tra complesse vicende storiche e tra una costante co-produzione di luoghi e miti. Quest'ultimi, intesi come narrazioni mitiche a bassa intensità, oggi si modificano nell'ambito del *cyberplace*. Quindi, l'analisi del discorso e la combinazione di più metodi sono strumenti essenziali per seguire le tracce delle pratiche compiute da una ipotizzata *sociotopia onlife* molisana, come l'opinione degli abitanti, le notizie e le informazioni reperite sul web e gli internet memes. La risposta alla domanda di ricerca proposta, "In che modo i discorsi e le narrazioni sul Molise che non esiste possono avere un ruolo nella costruzione dell'identità territoriale del Molise e del senso di appartenenza dei Molisani?" potrebbe così svelare due regimi di verità, spesso intesi come fattuali: la non esistenza e, allo stesso modo, l'esistenza della regione Molise.

Parole chiave: il Molise non esiste, *sociotopia onlife*, identità territoriale, *cyberplace*, narrazione mitica a bassa intensità.

1. Identità territoriali e mitopoiesi dei luoghi

Il discorso territoriale si articola come una polifonia che stratifica e mescola significati che conferiscono ai luoghi la propria consistenza semiotica.

Il senso dei luoghi è comprensibile attraverso la loro comunicazione. Si è già avuto modo di scrivere (Albanese 2017) come la semiologia, la semiologia e tutti i meccanismi complessi che intessono la relazione tra territorio e sua narrazione/rappresentazione siano parte integrante e imprescindibile del processo di configurazione identitaria del territorio. La comunicazione certamente agisce sui processi territoriali, infatti, come già scriveva Raffestin "la territorialità umana non è soltanto costituita da relazioni con territori concreti ma anche da relazioni con territori astratti come lingue, religioni, tecnologie, ecc." (Raffestin 1986, 77). Esiste una relazione complessa tra gli individui nella loro manifestazione sociale e l'ambiente fisico in cui agiscono: questa relazione è organizzata secondo una serie di norme che sono spesso acquisite con l'agire territoriale e rimangono implicite nelle relazioni sociali stesse. I processi di comunicazione costituiscono gli elementi fondamentali di questa acquisizione di norme e pertanto, riprendendo ancora Raffestin, "sono fondamentali nello studio della territorialità umana. Essi infatti sono elementi che devono avere un ruolo fondamentale in una teoria della territorialità umana" (Raffestin 1986, 77)

Alcuni strumenti di comunicazione sono più utili di altri per la codificazione semiotica e visuale (narrazione, rappresentazione) dell'agire territoriale. Tra questi, riconosciamo sicuramente la comunicazione visiva. La

narrazione/rappresentazione visiva detiene una parte del controllo simbolico dei processi di configurazione dei territori, favorita dal ricorso a messaggi sintetici, dal rafforzamento di simboli, dalle sintesi estetiche. Per esempio, il senso del luogo è spesso riverberato da immagini che attingono alla stessa palette di colori e da icone che penetrano l'immaginario e si situano nel sentimento identitario. Per queste ragioni, le relazioni fluide tra narrazione/rappresentazione e territorio vengono indagate contemporaneamente sia dalla ricerca socio-semiotica, sia dalla ricerca geografica.

Nell'attuale contesto comunicativo, caratterizzato dalla convergenza mediale, le narrazioni/rappresentazioni del territorio sono spesso veicolate dai social media che, grazie alla loro pervasività, contribuiscono alla circolarità del rapporto che lega i territori alla loro comunicazione. Sotto questa luce, i territori vanno interpretati come oggetti semiotici e, quindi, come oggetti polisemici dal momento che sono costituiti da una stratificazione di senso e significato, da una stratificazione di relazioni e da una successione di narrazioni/rappresentazioni che gli conferiscono una gamma molto ampia di significati. Questa polisemia avalla l'analisi della comunicazione del territorio e della conseguente mitopoiesi che in taluni casi, come quello qui analizzato, si va rafforzando.

Infatti, sono queste le considerazioni di base che hanno dato origine all'analisi delle narrazioni/rappresentazioni che riguardano il Molise attraverso lo studio della genesi del mito della non-esistenza che da qualche tempo interessa questa Regione italiana, piccola, sì, ma esistente. Si tratta di una mitopoiesi *a bassa intensità*, come verrà meglio esplicitato nel paragrafo successivo, in cui si mette in campo l'identità stessa e il senso del luogo del Molise.

Con questo lavoro si cerca di ragionare sui processi di significazione che hanno generato la questione della non-esistenza, narrativa e mediale, del Molise.

Il Molise non esiste, è un famoso *leitmotiv* riverberato da numerosi *memes* di Internet. Il comune design esperienziale dei *memes* di Internet aumenta la pervasività del messaggio, poiché viene favorito dalle interfacce (le immagini, *strictu sensu*) che favoriscono la condivisione, l'utilizzo e la comprensione, fornendo una uniformità percettiva che ha e avrà effetti innegabili sugli immaginari personali poiché gli *memes* di Internet, con le loro cornici (*i frames*), unitamente a colori e codici comuni, uniformano, codificano e veicolano un messaggio che può essere assorbito da un pubblico molto vasto.

Con i *memes*, molte altre narrazioni medialie (post, blog, articoli digitali, etc.) hanno contribuito all'eco della non-esistenza molisana, contaminando le narrazioni ufficiali che, in diversi casi conclamati e molto noti,

hanno dimenticato la collocazione del Molise sulla carta geografica dell'Italia.

Dunque, se i processi di significazione sono continuamente rinegoziati tra gli attori sociali e narrazioni/rappresentazioni e territorio si presuppongono reciprocamente, significa che i territori sono espressione delle semiologie che in essi si vanno sovrapponendo.

L'identità territoriale è il risultato finale, sebbene dinamico, in continuo divenire, del modo in cui i territori si autorappresentano (con gli arredi urbani, con il marketing, con l'urbanistica, con gli eventi che ospita etc.) e del modo in cui vengono rappresentati (con la fotografia, la letteratura, la pittura, i social media etc.). In questa prospettiva, studiare la narrazione della non-esistenza molisana necessita un ancoraggio alla significazione e alla varietà dei media che hanno trasferito il messaggio, con particolare attenzione ai media digitali.

I media digitali sono responsabili di un passaparola senza precedenti, il cosiddetto e-WOM (electronic word of mouth) in cui la comunicazione è dialogica, interattiva e polifonica e, per tutte queste caratteristiche, amplifica le ricadute sui piani dell'immaginario e della percezione. La collettività "semiologizza il proprio ambiente" (Raffestin 1986) e i media digitali sono uno di quei linguaggi attraverso cui avviene il processo di significazione, fornendo uno strumento per una narrazione più efficace e certamente più pervasiva dei media offline, poiché supporta la narrazione con le immagini, rendendola più accattivante, sintetica e condivisibile grazie alla neutralità delle reti online. In questo modo, i luoghi raccontati vanno intesi come soggetti complessi da interpretare con diversi livelli di lettura, isotopie in cui si manifestano sistemi di valori estetici (bello e brutto), politici, razionali (funzionalità, economia etc.). In queste isotopie si genera la mitopoiesi del rapporto tra individuo e società che il territorio, spesso disforicamente, incarna (Pezzini 2004, 263).

Le narrazioni/rappresentazioni territoriali intessono la trama connettiva dell'*onlife* (Floridi 2015) creando nuovi significati e, ineluttabilmente, producendo nuovi immaginari, compreso quello della non-esistenza.

2. Attraverso le fattezze liminali di identità e regione. Il caso del Molise

I concetti di regione e identità condividono similitudini e dibattiti. Entrambi possono rappresentare il punto di partenza di analisi critiche della realtà circostante. In particolare, seppur l'identità è spesso intesa come qualcosa di "obsoleto [...] in grado di fomentare chiusure e contrapposizioni", ciò non significa che si debba

buttare il contenuto ed il contenitore (Banini 2011, 17). Svuotata dai significati imposti storicamente, si tratta non tanto di sottolineare una determinata forma d'identità, ma piuttosto di spiegare i processi soggiacenti ad essa, potenzialmente infiniti. Tale provocazione è stata lo spunto iniziale per lo sviluppo delle argomentazioni poste in questo articolo. Ormai non si può prescindere dall'indagare l'agire territoriale, che è anche agire emozionale (Turco 2021), svolto nei processi narrativi e di regionalizzazione. Infatti, le fondamenta del concetto di identità, qui in associazione agli aggettivi territoriali, regionale e relazionale, sottintendono un processo innanzitutto narrativo in cui "l'esplosione di un'energia *informazionale e comunicativa*" (Turco 2010) alimenta le qualità topiche del luogo. L'identità territoriale si dimostra un argomento eclettico che porta alla luce "molte questioni centrali del nostro tempo" (Banini 2013, 23).

Nel breve inquadramento che seguirà, viene esaminata la *non esistenza* del Molise. Questo racconto è considerato come un testo (Ferraro 2012, 12 e 133-135) mitico che, contestualizzato in determinati set comunicativi, permette l'analisi di svariate modalità in cui il significato va ad essere creato. La narrazione mitica del *non esiste* viene svuotata dalla sua contingenza e storicità ed è caricata di un senso ulteriore in cui la dimensione storica è come deformata. È come se del senso originale del segno, cioè la regione Molise, non ci fosse più traccia, almeno in apparenza. Esso è stato trafugato dal mito. Di qui la sua vicinanza con il concetto di identità. Il potere di forgiare l'identità territoriale può essere collocato nelle mani di pochi o più attori territoriali, creando più o meno adesione ad essa, tenendo conto anche dei racconti dal basso praticati sul web, i quali possono avere un ruolo centrale nella costruzione di un discorso identitario alternativo a quello dominante. Dunque, sorge la necessità di descrivere anche un mito diverso da quello classicamente inteso, caratterizzato da una "bassa intensità" (Ortoleva 2019). Il mito, come "un racconto che fa da ponte tra il vissuto e il cosmo" (Ortoleva 2019), richiama alla mente il concetto di *cyberplace* (Albanese, Graziano 2020). Se gli immaginari geografici mettono in relazione sia i luoghi che i racconti su di essi (Ragone 2015, 65), è soprattutto che si può imporre una determinata visione del mondo e dei ruoli sociali. Molto probabilmente, nel territorio molisano più che mai¹, si

¹ La controversa dimensione narrativa, le problematiche storiche e gli ingenti flussi emigratori che hanno connotato la realtà molisana si affiancano a un territorio «caratterizzato da una proporzione predominante di comuni che appartengono alle aree interne con ben centonove comuni su un totale di centotrentasei, [...], quattro abitanti su dieci risiedono in queste zone e, tra questi, in media, oltre un quarto ha più di sessantacinque anni.» (Tomassini, Zingaro 2017, 20). Tra le proble-

dovrebbe offrire l'istanza di rigenerare il valore immaginario (Pannunzi 2017), cioè di aumentare conoscenza e consapevolezza del luogo in cui si vive attraverso l'innalzamento di infrastrutture simboliche e relazionali per una maggior capacità di convivenza (Pannunzi 2017; Turco 2001).

In altre parole, per far luce sul processo identitario e il senso di appartenenza del Molise e dei molisani, le copiose e multiformi narrazioni che passano attraverso il *cyberplace*, permettono lo studio della significazione e della comunicazione di una regione. In tal senso si rimarca il valore di bene comune della territorialità configurativa (Turco 2014, 33) e la caratteristica della *sociotopia onlife*² d'essere uno spazio esistenziale in continua realizzazione (Turco 2001). Il processo di "mediamorfosi" (Ragone 2015, 65), così significativo in questi anni grazie alle nuove tecnologie, permette una costante riproduzione e co-produzione di luoghi e miti (*ibidem*). In particolare, i miti sono ancora uno strumento fondamentale per mettere in moto una nuova consapevolezza nel comprendere il luogo in cui si vive. Per questo, possono essere ritenuti una risorsa con la capacità di connettere immaginazione e intelligenza (Ortoleva 2019). Visti i numerosi riferimenti identitari nel processo di territorializzazione (Albanese 2017) e, viceversa, i numerosi tasselli del processo identitario nelle narrazioni del territorio, emerge tutto il potere interpretativo della geografia (Aru 2010, 15) in queste dinamiche.

3. Indirizzi e proposte metodologiche per il caso del Molise

Di seguito è utilizzata una metodologia efficace sia per studiare le identità territoriali, sia per indagare un territorio nella sfera dell'*onlife*, dove prendono corpo geografie configurative sempre più complesse e sfaccettate. Per il caso del Molise la domanda di ricerca generale è stata: "In che modo i discorsi e le narrazioni sul *Molise*

matiche afferenti a questi contesti si può pensare allo spopolamento e a tutte le conseguenze che quest'ultimo ha sul territorio. È causa di disequilibri che intaccano memoria e identità delle comunità, comportando la perdita di elementi fondamentali per il sostentamento delle comunità e delle economie locali.

² I termini *sociotopia* (Turco 2001) e *onlife* (Floridi 2015) hanno a che vedere con la geografia non-rappresentazionale, cioè "la geografia di ciò che accade" (Thrift 2008, 2) e/o del più-che-rappresentazionale (Lorimer 2005), o meglio con pratiche corporee messe in atto tra la realtà e la virtualità. Il concetto di *sociotopia onlife* intende racchiudere sia la necessità d'intendere la regione al pari di un costrutto metafisico (*sociotopia*), che può avere una propria identità, in cui, "nella 'migrazione narrativa' del luogo, possano trovare rilevanza le ipotesi di atopia [...] [come i] nuovi contesti di relazioni interpersonali creati dai media elettronici" (Turco 2001, 276, traduzione di Giada Mastrostefano).

che non esiste possono avere un ruolo nella costruzione dell'identità territoriale del Molise e del senso di appartenenza dei molisani?". Conseguentemente, si vuole far riferimento a due testi in particolare: in primo luogo, alle prospettive sull'identità territoriale offerte da Banini e Ilovan (2021) e alle indicazioni chiave per studiarle (ivi, 7), attraverso cui si è potuto ragionare sul caso specifico e porre le basi per una possibile analisi empirica (Tab. 1).

Il secondo riferimento teorico per operare concretamente attraverso il concetto di identità territoriale è lo schema proposto da Aru e Tanca (2013, 128-142). Nella rielaborazione qui proposta (Tab. 2), con l'obiettivo di "operalizzare" (Aru, Tanca 2013, 128) tale concetto³, la schematizzazione è essenziale per comprendere al meglio quali fonti considerare per l'analisi. Gli Autori hanno tenuto conto dei concetti di *identità del luogo*, ossia tutti quegli aspetti, materiali ed immateriali, tipici di un territorio e in grado di renderlo unico rispetto agli altri, e di *identità di luogo*, inteso come "il senso di appartenenza individuale e collettivo al territorio" (Aru, Tanca, 2013). Nelle prossime righe il discorso si concentrerà soprattutto sul secondo concetto, qui inteso anche come senso dell'identità regionale o consapevolezza regionale (Häkli, Paasi 2018).

Osservando gli elementi nella tabella, si evidenzia l'importanza di considerare il quadro delle vicende passate e presenti che hanno connotato il territorio, scendendo l'identità del luogo tra una memoria storica e quella che si potrebbe definire una memoria in costruzione, nonostante la circolarità delle narrazioni. La storia del Molise, a partire dalla sua genesi, sembra avvalorare la difficoltà di individuare un saldo processo di configurazione identitaria della regione⁴. Invece, il volto attuale

³ Aru e Tanca (2013) pongono la questione, e la conseguente proposta di un approccio multi-metodologico, sulla possibile "operalizzazione" del concetto di identità territoriale (Aru, Tanca 2013, 128-142). Gli Autori si domandano: "in che modo è possibile partire da un piano di elaborazione concettuale per studiare nel concreto le identità territoriali?" (Aru, Tanca 2013, 128). Pertanto, in questa sede, "operalizzando" l'identità narrativa-territoriale, si intende individuare una proposta metodologica che, attraverso l'analisi del discorso, permetta non soltanto di osservare la narrazione "mitica" della non esistenza, ma anche l'identità territoriale del Molise e il senso di appartenenza dei molisani. In tal senso, la narrazione mitica si pone come uno dei possibili intermediari "operativi", che permette di "vedere" e "leggere" un concetto astratto come l'identità territoriale, attraverso osservazioni discorsive varie, collegate al processo della configurazione identitaria di un territorio.

⁴ Discutere del modo in cui viene raccontata la regione Molise significa anche farsi strada tra complesse vicende storiche, come il lungo iter di riconoscimento della regione e i criteri generali con cui sono state determinate e istituite le regioni italiane (Castagnoli 2011; Massullo 2006a). Riconosciuta la sua autonomia nel 17 dicembre 1963, la ventesima regione italiana nasce da un dibattito ferrato dopo l'Unità d'Italia. In particolare, tra il 1600 e il 1700, inizialmente ad opera di intellettuali illuministi molisani come il Ciarlanti e il Galanti, si iniziò a manifestare

Tabella 1. Domande guida per lo studio delle identità territoriali. Fonte: elaborazione delle Autrici.

Domande guida per lo studio delle identità territoriali	
Domande guida (elaborate dai concetti di Banini e Ilovan 2021, 7)	Indirizzi di analisi
Chi costruisce l'identità territoriale della regione Molise?	Per capire chi incide maggiormente nella costruzione di questa identità bisogna considerare micronarrazioni online e offline
L'identità territoriale può essere influenzata da determinate narrazioni?	Cogliere il ruolo del mito che cela aspettative e altrettante problematiche sentite dalle/dagli abitanti
Attraverso quali strumenti comunicativi è costruita?	Considerare le micronarrazioni che hanno reso virale il mito, cioè gli <i>internet memes</i> , insieme alle opinioni dei/delle molisani/e, il racconto sul <i>doesn't exist</i> nel contesto globale e locale e le fila storiche
Quale immagine del territorio emerge da queste rappresentazioni?	Può essere rilevata attraverso l'utilizzo di più metodi combinati tra di loro, confluenti nell'analisi del discorso complessiva
Quali sono gli scopi espliciti e/o impliciti di queste rappresentazioni?	Possono essere compresi soltanto dopo aver effettuato un'analisi del discorso complessiva

Tabella 2. "Operalizzazione" del concetto di identità narrativa-territoriale del Molise. Fonte: elaborazione delle Autrici sull'esempio proposto da Aru e Tanca (2013, 131).

L'identità narrativa-territoriale del Molise (punto di vista del mito a bassa intensità della non esistenza)		
Il Molise tra passato e presente	Identità del luogo (aspetti materiali e immateriali che connotano un territorio e lo rendono unico)	Identità di luogo (senso di appartenenza individuale e collettivo)
	Memoria storica	(ricerche bibliografiche)
Volto attuale	(dati statistici, osservazioni sul campo, analisi del materiale mediatico) Azioni e opinioni degli attori sociali nella Regione e loro relazione (osservazioni sul campo e interviste ad attori privilegiati)	Processi sociali di produzione di senso (micronarrazioni sul web, osservazione e interviste ad attori privilegiati)
<i>Il territorio regionale da connotante a connotato?</i>		

la volontà di creare una provincia a sé (Lalli 1989). Quindi, nel 1806, per via di petizioni e proteste che si facevano portavoce di una coscienza molisana, dopo solo 50 giorni dalla legge promulgata da Giuseppe Bonaparte, che divise il Regno in 13 province, un decreto dello stesso istituì la provincia di Molise, autonoma e indipendente dalla Capitanata, con capoluogo a Campobasso (Castagnoli 2011; Rocco 1982). Da questo momento, il lungo percorso di riconoscimento dell'autonomia regionale, riprende il suo cammino con numerose iniziative editoriali e cartografiche che danno luogo alle pretese di autonomia (Massullo 2006b), insieme alle vicende storiche in cui ricercare la propria identità (Castagnoli 2011). Rocco porta l'esempio della civiltà sannitica, l'epoca di romanizzazione e il periodo normanno, che hanno avuto notevoli influssi sul patrimonio culturale comune (1982). Questo riepilogo basilare sulla storia del Molise sembra avvalorare la difficoltà di individuare un saldo processo di configurazione identitaria della regione. Pur non ascrivendo a priori la narrazione del non esistere a soli fatti storici, le considerazioni dei vari Autori e Autrici citati in precedenza, possono intendersi anch'esse come un esempio di formazione della narrazione mitologica,

della regione può essere letto soltanto attraverso la combinazione di osservazioni sul campo, interviste e analisi del materiale mediatico sul tema della non esistenza.

L'ipotesi posta in fondo alla tabella ha lo scopo di sottolineare un ulteriore sviluppo tematico relativo al quesito di ricerca generale: la possibilità che il territorio regionale diventi da connotato a connotante, attraverso il mito a bassa intensità. Di conseguenza, si pone la possibilità di leggere un *corpus* virtuale fatto di racconti, che si scolla o meno dalla realtà territoriale a cui si riferisce.

“Come fenomeno storico che ha attraversato molte generazioni modificandosi e modificando le visioni del mondo in modo inconscio e solo parzialmente consapevole” (Ortoleva 2019).

Dopo aver fatto tali considerazioni, la metodologia adottata è stata l'analisi del discorso (Bignante 2011; Rose 2016), dato che l'identità territoriale si conforma attraverso "discorsi, immagini, pratiche e attività sociali, legate sia a gruppi etnici, sociali o razziali, che a spazi, luoghi e territori specifici." (Banini, Ilovan 2021, 2)⁵. Le fonti reperite per comprendere la narrazione mitica sono tre: l'opinione dei molisani, le notizie e le informazioni reperite sul web e i *memes* di Internet. L'ordine in cui se ne parla rispecchia anche il modo in cui le informazioni sono correlate tra di loro: senza prima aver raccolto delle opinioni e delle notizie sul web sul fenomeno del "Molise non esiste", sarebbe molto difficile inquadrare la possibile genesi di questo mito, propugnato soprattutto dai racconti dal basso. Quindi, per comprenderne il ruolo svolto, è auspicabile operare a vari livelli di lettura, come se si trattasse di discorsi di discorsi, congiunti e conseguenti tra di loro, per offrire un'idea quanto più dettagliata del fenomeno.

Riguardo la raccolta dell'opinione dei molisani, sono state condotte 39 interviste semi-strutturate⁶ non soltanto ad abitanti molisani residenti in Molise, tra cui attori privilegiati legati in qualche modo alla valorizzazione del territorio, ma anche a coloro che hanno un domicilio fuori regione per motivi vari. In particolare, si è tenuto conto delle seguenti caratteristiche dei/delle partecipanti: età, per ipotizzare il modo in cui essi utilizzano i device e i social e percepiscono la narrazione mitica; frequentazioni geografiche, influenti sulla percezione del fenomeno, viste le dinamiche demografiche ed emigratorie in atto nella regione; svolgimento di un mestiere che valorizza il territorio, operando nel campo turistico o in altri settori economici (agroalimentare, artigianato, cultura e spettacolo). Il campione, in tal modo, ha potuto contemplare l'opinione della fascia di popolazione di età compresa tra i 21 e i 56 anni, ossia coloro che fruiscono e utilizzano, a vario titolo, il racconto della non esistenza nell'ambito dell'*onlife*.

Le fonti reperite sulla rete possono essere uno strumento essenziale per collocare il mito all'interno di un contesto globale e allo stesso tempo locale, ma anche di promozione turistica volontaria e involontaria che utilizza il tema della non esistenza come perno per parlare del Molise. In tal caso si è deciso di fare affidamento su un'osservazione partecipante *onlife*, utile per contestualizzare le interviste e l'analisi degli *memes* di Internet nel contesto *sociotopico onlife*.

Lo stesso metodo è stato utilizzato per i *memes* di Internet, intesi come atti comunicativi. Essi rappresentano un tassello importante nella narrazione mitolo-

gica della non esistenza, perché il racconto ha assunto popolarità soprattutto attraverso la loro propagazione capillare negli ambienti social. Per studiare questi artefatti si è ricostruito il processo evolutivo di un *sistema memetico* (Wiggins 2019) che ha influenzato vari campi della comunicazione, in base alle indicazioni fornite da Wiggins (2019, 37-56). Egli sottolinea il ruolo dei *memes* di Internet come "complesso sistema di motivazioni sociali e di attività culturale che è sia il risultato della comunicazione che lo slancio per tale comunicazione" (Wiggins 2019, 40)⁷. Le tre fasi che porterebbero ad un Internet *meme* sarebbero le seguenti. Nella prima è possibile osservare uno *spreadable media*, cioè un contenuto digitale mediato che gli individui possono alterare e/o condividere a loro piacimento (Wiggins 2019, 44). Successivamente, si potrà parlare di *emergent meme*, dopo che i primi vengono alterati, remixati, parodiati e così via (Wiggins 2019, 45). Tuttavia, si tratta di una distinzione puramente teorica e ambigua. Per questo motivo, visto che il passaggio alla terza fase, parlando di *internet memes*, si connota di una certa consapevolezza, distribuzione e modifica che ha ormai raggiunto massa critica grazie alla cultura digitale partecipativa (Wiggins 2019, 12-14), si è deciso di optare per un'altra caratteristica che permette il passaggio da *emergent memes* a *internet memes*. La differenziazione starebbe nel fatto che nei primi ancora non si verifica una traslazione completa (Cannizzaro 2016, 572-575), quindi un processo non soltanto creativo ma anche di interpretazione, per cui soltanto nella terza fase si parlerà di *internet memes*. Di seguito si propone un esempio esplicativo. Nel caso del Molise, i primi *memes* di Internet erano principalmente immagini dove delle mappe, in qualche modo, dimostravano visivamente la non esistenza della regione (Fig. 1). Nelle prime due immagini, del 2011, è possibile notare questo fenomeno.

Successivamente il concetto, dapprima visivo, è stato traslato nelle battute presenti sopra e sotto una tipica image macro, insidiandosi in enunciazioni che approfondiscono la metafora della non esistenza (Fig. 2). Si fa riferimento, questa volta, ad immagini del 2015.

Inoltre, l'obiettivo insito nell'analisi di questi atti comunicativi è anche di comprendere se, nell'ambito discorsivo della narrazione mitologica, giocano un ruolo nell'infrangere il contesto narrativo egemonico, appropriandosene attraverso una comunicazione alternativa (Denisova 2019, 75-76). In secondo luogo, Cannizzaro (2016, 576) cita l'asimmetria come termine analitico utile per capire i processi di traslazione. Nonostante la presenza di un certo livello di invarianza che permette che

⁵ Traduzione di Giada Mastrostefano.

⁶ Per un approfondimento dei temi trattati durante le interviste, si veda l'appendice A.

⁷ Traduzione di Giada Mastrostefano.



Figura 1. Due internet memes del 2011 in cui il Molise non è rappresentato.



Figura 2. Due internet memes del 2015 nei quali la non esistenza del Molise è messa è evidenziata attraverso delle battute.

ci siano dei set di informazioni comprensibili a priori (Cannizzaro 2016), è l'asimmetria che gli assicura significati polisemici e in cui è possibile cogliere nuove informazioni che possono o vogliono sovvertire dei discorsi egemonici.

4. Risultati dell'analisi: la comprensione del mito e il suo rapporto con i molisani

La configurazione identitaria del Molise è messa in cantiere da brandelli di narrazioni globali e locali, più o meno digitali. Ad esempio, è possibile rintracciare il primo esempio di città apparentemente inesistente per il web nella cospirazione di Bielefeld, nata il 16 maggio

1994 (Granata 2018). Altri casi più recenti riguardano la non esistenza dell'Australia (Ball, 2019) e della Finlandia (Know Your Meme), quest'ultima giustificata come un'alterazione delle mappe del mondo per dei diritti di pesca giapponese (Lamoureux 2016). Ciò che accumuna queste narrazioni è l'affermare, seppur in modo ironico, che la realtà che ci circonda può essere anche frutto dell'immaginazione e si cerca di confermare queste verità tramite immagini e testi. Raccontano un'esistenza digitale che, se inizialmente risulta distinta dalla realtà, può anche entrare in contatto con quest'ultima quando il regime di verità, attraverso il potere disciplinante del discorso, riesce ad imporsi come fattuale.

Nel contesto globale si colloca anche il caso del Molise. Si è proposta una possibile ricostruzione del pro-

cesso evolutivo del testo mitico seguendo le indicazioni di Wiggins (2019).

Nella fase degli *spreadable media*, che è possibile individuare tra gli anni '90 e i primi anni 2000, coloro che appartengono alla Generazione X, con un'età media di 44 anni, raccontano delle prime testimonianze di questa battuta. Tra tutte, è esemplare il caso del residente di Carovilli, che già negli anni '90 diceva che il Molise non esiste, sulla scia di una cattiva impressione della divisione tra Abruzzo e Molise e della soppressione della tratta ferroviaria tra Sulmona e Carpinone (Barbato, 2022).

La fase degli *emergent memes* si potrebbe individuare a partire dal 2008, indicato come l'anno in cui compare su Twitter l'enunciazione "tanto il Molise non esiste". Da questo periodo in poi si diffonde l'hashtag e la battuta che spesso si sentono rivolgere molti di quelli che, all'epoca, erano studenti e studentesse fuori sede. Inoltre, la battuta inizia ad essere più offensiva. Si citano *troll* e *shitstorm* che utilizzavano come tema principale il Molise, commenti sgradevoli e volgari, in cui si tentava in tutti i modi di screditare l'esistenza del Molise, ad esempio, trovando dimostrazioni all'inesistenza di tradizioni, localizzazioni errate, mappe e descrizioni sbagliate e così via. Una narrazione percepita negativamente viene individuata anche nei libri di testo scolastici e in produzioni cinematografiche come *Sole a Catinelle* (2013) di Zalone.

Ma il tormentone assumerà una connotazione positiva e divertente, ribaltando il significato della non esistenza, con la nascita di numerosi marchi che prendono il suo nome. Un momento fondamentale a questo riguardo è la realizzazione dell'opera di street art "IL MOLISE" (2016). L'artista, Biancoshock, propone il solito "Molise non esiste" per farne un'immagine con un ulteriore significato. Egli sbarra il non esiste e lo sostituisce con *resiste*, gesto idealmente compiuto da un bambino. Inoltre, i Molise inizia a parlarsi anche turisticamente, attraverso numerosi articoli online che ne danno risalto dopo aver spesso titolato "andiamo a scoprire la regione che non esiste" (Sakalis, 2019).

Si nota come, in questo nuovo livello del discorso, la non esistenza lascia spazio a nuovi connotati, che è possibile leggere anche attraverso gli *internet memes* recenti sul Molise. L'interpretazione offerta narra la realtà regionale in due sfaccettature. La prima racconta le problematiche quotidiane (difficile mobilità, carenza di servizi, emigrazione, possibili nuove annessioni territoriali) e immaginari contrastanti, attraverso l'umor (Fig. 3).

Secondariamente, il mito diventa spunto per narrare la cultura molisana. Si tratta di una nuova asimmetria nel racconto svolto all'interno del Molise, riscontrabile in un *digital folklore* (de Seta 2020, 180) che partecipa alla formazione di una memoria sociale (Fig. 4).



Figura 3. Internet memes recenti relativi alla carenza di servizi e alla presunta mancanza di identità regionale del Molise.

Giungendo all'analisi del rapporto tra il mito della non esistenza e le persone che abitano i luoghi del Molise, si nota come il discorso generato dalla narrazione mitica della non esistenza, sia diventato uno strumento di riflessione sul contesto molisano e la sua identità. Discuterne con le/gli intervistate/i è significato indagare lo stato di un processo di topogenesi che fa coincidere processi territoriali configurativi e configurazioni identitarie, proprio perché il mito diventa spazio di riflessione e negoziazione di memoria e percezioni. Dopo aver effettuato l'analisi tematica (Braun, Clarke 2006) dei dati raccolti, emergono quattro tematiche esplicite, trasversali e comuni (Fig. 5)⁸. Inoltre, le considerazioni sul mito sono state principalmente espresse sotto forma di metafora, inglobando diverse problematiche locali, oltre ai modi in cui è stato percepito.

Muovendo dalle prime due tematiche, emerge come sentire parlare di Molise significa affermare che non esiste in tanti modi. Dall'esterno la regione viene più volte descritta in associazione agli aggettivi "tradizionale" e "arretrata", "simile all'Abruzzo", e anche alla Basilicata. Nell'approfondire il perché, le/gli intervistate/i parlano di una "questione culturale", riassunta in varie caratteristiche che connotano la regione: la sua scarsa estensione

⁸ Per un approfondimento dei temi emersi dall'analisi delle opinioni delle/degli intervistate/i, si veda l'appendice B.

Gente che vuole andare a sciare a Campitello lo:



WAFEL

GANGELLE



Figura 4. Internet memes recenti relativi alla cultura e alle usanze molisane.



Figura 5. Tematiche esplicite emerse dall'analisi tematica delle opinioni raccolte. Fonte: da elaborazione delle Autrici.

territoriale, la presenza di città piccole, la poca considerazione a livello nazionale, la scarsa presenza di luoghi d'interesse e una mancata promozione turistica. Nella "fatica ad esistere e rappresentarci", esse/i sottolineano la necessità del racconto per far conoscere la regione e la sua cultura. Ciò trova conferma nelle motivazioni per cui molti/e attori e attrici territoriali privilegiati hanno deciso di realizzare spettacoli teatrali, mostre, docufiction che tangono il tema della non esistenza o che raccontano il Molise sotto nuove vesti. Le attività sono intraprese per "cercare di raccontare un Molise da un punto di vista

nazionale, senza confini", "fuori dai luoghi comuni". Tuttavia, l'affermazione "è la politica molisana che non esiste" sottolinea l'emersione di configurazioni identitarie alternative, che trapelano dalle attività che promuovono il Molise. Altri/e percepiscono la narrazione come "una grande metafora che forse dovremmo abbandonare", avvilita ed obsoleta, veicolo di una "filosofia di autocommiserazione". Si ritiene che abbia perso tutte le sue potenzialità non diventando, da punto di debolezza, un punto di forza, ed ha fagocitato tutto. Generalmente, le opinioni concordano sulla mancanza di una narrazione unitaria del Molise. Un altro fenomeno interessante, emerso attraverso una discussione attiva durante le interviste, è il ruolo retroattivo del turismo sulla consapevolezza degli/delle abitanti molisani/e. Vedendo il valore associato al Molise, dopo la visita dei turisti, spesso motivati dalla curiosità di conoscere la regione che non esiste, anche le/gli abitanti assegnano più valore al Molise. Anche i molisani che vivono fuori regione diventano promotori semi-consapevoli di una rinnovata percezione del territorio, guardando non più soltanto alle problematiche ma anche alle sue potenzialità.

In merito alle ultime due tematiche, la non esistenza si è dimostrata una fonte di riflessione sia sull'identità del Molise che sulla conoscenza del Molise. Ma anche sui problemi che effettivamente alimentano la difficoltà di vivere in una regione come il Molise e di fare comunità. Si afferma che "il non esistere racchiude dei problemi"; questa inesistenza "è vera perché sottolinea i problemi che ci sono". Molte/i ritengono che l'identità del Molise sia ancora ai primordi. Soprattutto gli intervistati con un'età media di 25 anni parlano di una diversa percezione della regione, non soltanto da parte di coloro che sono molisani ed hanno un domicilio diverso, ma anche

dalle diverse generazioni considerate. Infine, più volte, durante i colloqui, la mobilità entro i confini regionali sembra rappresentare il punto debole dell'esistenza del Molise. Si afferma la questione della difficile accessibilità di diverse località nel territorio molisano, della carenza di infrastrutture e della complessità degli spostamenti. Ciò avviene soprattutto per le zone dell'entroterra dove la mobilità, sia privata, che tramite trasporti pubblici, è limitata in termini di servizi e di infrastrutture. Prospettiva controversa se si pensa al Molise come una delle regioni italiane più legate al concetto di mobilità, in quanto, gran parte dei residenti emigra ben presto in altri territori. È come se emergesse un'ambivalenza del concetto di mobilità. Da una parte significa emigrazione, spopolamento dei territori e deterritorializzazione. Dall'altra, significa vita per i territori, contatto e territorializzazione, *topia*, per quei luoghi attraverso cui ci si muove con difficoltà, tanto quanto nelle mappe mentali.

5. Conclusioni

La attuali geografie digitali impongono, sempre più, di analizzare le reciproche influenze tra il territorio reale e quello virtuale che si intersecano e si sovrappongono per effetto (anche) della comunicazione. La mediatizzazione di un concetto, la storia ce lo insegna ogni giorno, è il suo lasciapassare per una lunga notorietà nell'ipermondo contemporaneo. Le geografie digitali ci hanno insegnato come sia superato il concetto di uno spazio virtuale dicotomico, diviso tra reale/virtuale. Tutt'altro, l'invasività strabordante dello spazio digitale nelle nostre pratiche quotidiane, fa sì che esso ormai si collochi come uno spazio invisibile, intangibile che però promuove pratiche di vita con implicazioni inevitabili sulla da una parte all'altra dello schermo (Zook 2005).

Internet, com'è ormai noto, esercita un profondo impatto sulle relazioni geografiche e sui processi geopolitici basandosi su un sistema di fitte reti, pertanto, ci interessa indagare di più, con lo sguardo geografico, quali sono anche le implicazioni su percezione e rappresentazione.

Per questo motivo, ci siamo concentrate in una prima fase sulle dialettiche geografiche riguardanti le identità territoriali attraverso il mito, un mito a bassa intensità. Il Molise, la sua territorialità e soprattutto la mitopoiesi della sua non-esistenza ne hanno confermato per converso l'esistenza e il tentativo di utilizzare un multimetodo per mappare le percezioni territoriali scaturite dalle narrazioni web e l'apparente deterritorializzazione, la coscienza condivisa e la consapevolezza che la narrazione del *Molise* abbia determinato la riconfigurazione narrativa e quindi identitaria della regione.

Infatti, se osservassimo le evidenze empiriche da una prospettiva geografica economico-politica, noteremmo come le reciproche interazioni tra spazi virtuali e reali per mezzo di una comunicazione strutturata e non casuale, portino ad una conseguente ri-concettualizzazione territoriale che, tra l'altro, ben lungi dall'essere neutrale, porta invece ad una sollecitazione critica rispetto all'esistenza e all'identità molisana.

Riferimenti bibliografici

Albanese, V. (2017). *Il territorio mediato: Sentiment Analysis Methodology e sua applicazione al Salento*. Bologna, Bononia University Press.

Albanese, V., Graziano, T. (2020). *Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione. Come cambiano i territori per effetto delle narrazioni online*. Bologna, Bononia University Press.

Aru, S. (2010). Processi identitari in migrazione: tecniche di indagine. *Geotema*, 41.

Aru, S., Tanca, M. (2013). Identità urbane e comunità immigrate. Il quartiere Marina di Cagliari. In Banini, T. (a cura di), *Identità territoriali. Questioni, metodi, esperienze a confronto*. Milano, Franco Angeli, 128-142.

Ball, J. (2019, aprile, 15). Australia doesn't exist! And other bizarre geographic conspiracies that won't go away. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/shortcuts/2018/apr/15/australia-doesnt-exist-and-other-bizarre-geographic-conspiracies-that-wont-go-away>

Banini, T. (2011). Introduzione alle identità territoriali. In Banini, T. (a cura di), *Mosaici identitari. Dagli italiani a Vancouver alla kreppa islandese*. Roma, Nuova Cultura, 9-24.

Banini, T. (2013). Introduzione. Proporre, interpretare, costruire le identità territoriali. In Banini, T. (a cura di), *Identità territoriali. Questioni, metodi, esperienze a confronto*. Milano, FrancoAngeli, pp. 9-27.

Banini, T., Ilovan, O. R. (2021). Introduction: Dealing with Territorial/Place Identity Representations. In *Representing Place and Territorial Identities in Europe*. New York City, Springer, pp. 1-19.

Barbato, C. (2022, febbraio, 3). *L'artigiana che racconta il "Molise che non esiste"* [Video]. *Rai News - TGR Molise*. <https://www.rainews.it/tgr/molise/video/2022/02/mol-Carovilli-artigianato-f8c9fd9a-c3c7-4ebc-bb80-cef600f08b2c.html>

Bignante, E. (2011). *Geografia e ricerca visuale. Strumenti e metodi*. Bari, Laterza.

- Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3, 2, 77-101.
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44 (4), 562-586.
- Castagnoli, C., S. (2011). La difficile identità territoriale del Molise. In Banini, T. (a cura di), *Mosaici identitari. Dagli italiani a Vancouver alla kreppa islandese*. Roma, Edizioni Nuova Cultura, 117-142.
- de Seta G. (2020) Digital Folklore. In Hunsinger J., Allen M., Klastrup L. (a cura di). *Second International Handbook of Internet Research*. Springer. DOI: doi.org/10.1007/978-94-024-1555-1_36
- Denisova, A. (2019). *Internet memes and society: Social, cultural, and political contexts*. New York, Routledge.
- Ferraro, G. (2012). *Fondamenti di teoria sociosemiotica. La visione "neoclassica"*. Roma, Aracne.
- Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Berlino, Springer, 1-3.
- Granata, Y. (2018). Digital Unworld(s): The Bielefeld Conspiracy. In Lagerkvist, A. (a cura di). *Digital existence: Ontology, ethics and transcendence in digital culture*. Routledge.
- Häkli, J., & Paasi, A. (2018). Geography, space and identity. In Öhman, J., & Simonsen, K. (a cura di), *Voices from the North: New Trends in Nordic Human Geography*. Londra, Routledge, 141-155.
- Know Your Meme - Finland Does Not Exist*, <https://knowyourmeme.com/memes/finland-does-not-exist>
- Lalli, R. (1989). *Dalla "Provincia di Molise alla ventesima regione". Storia, atti, documenti*. Campobasso, Editrice Sannium.
- Lamoureux, M. (2016, dicembre, 8). This Dude Accidentally Convinced the Internet That Finland Doesn't Exist. The theory weaves in Japanese fishing routes, Nokia phones, and the Trans-Siberian Railway to prove that Finland isn't real. *Vice*. <https://www.vice.com/en/article/xyd48w/this-dude-accidentally-convinced-the-internet-that-finland-doesnt-exist>.
- Lorimer, H. (2005). Cultural geography: the busyness of being more-than representational. *Progress in human geography*, 29 (1), pp. 83-94.
- Massullo, G. (2006a). *Storia del Molise in età contemporanea*. Roma, Donzelli.
- Massullo, G. (2006b). Introduzione. In Massullo, G. (a cura di). *Storia del Molise in età contemporanea*. Roma, Donzelli, VII-XX.
- Molisin't - Io non credo nell'esistenza del Molise, <https://www.facebook.com/molisint/>
- Ortoleva, P. (2019). *Miti a bassa intensità*. Torino, Einaudi.
- Pannunzi, S. (2017). Rigenerare il valore immaginario delle aree interne. In Marchetti, M., Panunzi, S., Pazzagli, R., (a cura di). *Aree interne. Per una rinascita dei territori rurali e montani*. Soveria Mannelli, Rubbettino.
- Ragone, G. (2015). Radici delle sociologie dell'immaginario. *Mediascapes Journal*, (4), 63-75.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*. Thousand Oaks, Sage.
- Sakalis, A. (2019, ottobre, 23). The Italian region that 'doesn't exist'. *BBC Travel*. <https://www.bbc.com/travel/article/20191023-the-italian-region-that-doesnt-exist>
- Se i quadri parlassero molisano*, https://www.facebook.com/seiquadriparlasseromolisano/photos/?ref=page_internal
- Thrift, N. (2008). *Non-representational theory: Space, politics, affect*. Londra, Routledge, 2-26.
- Tomassini, C., Zingaro, M. (2017). Le aree interne del Molise fra Strategia nazionale ed una nuova mappatura con la PCA (Principal Components Analysis). *Glocale. Rivista molisana di storia e scienze sociali*, 13, 17-28.
- Turco, A. (2001). Sociotopies: institutions géographiques de la subjectivité. *Cahiers de géographie du Québec*, 45 (125), 269-284. DOI: doi.org/10.7202/022977ar
- Turco, A. (2010). *Configurazioni della territorialità*. Milano, Unicopli.
- Turco, A. (2014). La configuratività territoriale, bene comune. In Turco, A., *Paesaggio, luogo, ambiente. La configuratività territoriale come bene comune*. Milano, Franco Angeli, 11-42.
- Turco, A. (2021). Topogenesi e pubblicità: la geografia configurativa di Barilla. *Rivista Ambiente Società Territorio*, 1-2 (gennaio/giugno), 3-8.
- Wiggins, B. E. (2019). *The discursive power of memes in digital culture: Ideology, semiotics, and intertextuality*. Londra, Routledge.
- Zook, M. (2005). *The Geography of The Internet Industry: Venture Capital, Dot-Coms, and Local Knowledge*. Malden, Blackwell.

APPENDICE A

Traccia dei questionari

Domande e sottotemi rivolti ai/alle molisani/e i

- Hai mai sentito parlare del fatto che Il Molise non esiste?
 - Cosa ne pensi?
 - Hai mai ricondiviso o creato un Internet meme sul Molise che non esiste o sul Molise? (qui sotto trovi alcuni esempi trovati sul web)
- Per te è qualcosa di negativo o positivo per l'immagine della regione?
 - Secondo te, come viene visto il Molise dall'esterno?
 - Secondo te, come viene visto il Molise dai Molisani?
- Perché si ha la necessità di controbattere la narrazione sul Molise che non esiste?
 - secondo te, da dove nasce la necessità di raccontare un'altra storia sul Molise?
- Quanto ritieni di conoscere la tua regione?
 - Ti senti parte del Molise, cioè molisana/o?
- Questa narrazione ti ha fatto scoprire di più della regione?

Domande e sottotemi rivolti ad attrici/attori territoriali privilegiati

- Quali sono i motivi che ti hanno spinto ad avviare l'attività e a scegliere questo tema?
- Cosa ne pensi del fenomeno del Molise che non esiste? Ha avuto un impatto positivo o negativo sulla regione?
- Credi che i/le molisani/e conoscano bene la propria regione? Pensi che questa narrazione abbia indotto i molisani a scoprire di più la propria regione?
- Secondo te, come viene visto il Molise dall'esterno?
- Secondo te, come viene visto il Molise dai Molisani?

APPENDICE B

Temi emergenti dall'analisi delle opinioni delle/degli intervistate/i.

DOMANDE	TEMI GRUPPO 1 (intervistate/i di origine molisana che vivono in Molise)	TEMI GRUPPO 2 (intervistate/i di origine molisana che hanno un domicilio diverso)	DOMANDE	TEMI GRUPPO 3 (attrici e attori privilegiati che operano, direttamente o indirettamente, per la promozione del territorio e/o hanno trattato il tema del <i>Molise non esiste</i>)
<i>Hai mai sentito parlare del fatto che il Molise non esiste?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Un giudizio a priori - Il non esistere racchiude dei problemi 	<ul style="list-style-type: none"> - Il non esistere racchiude dei problemi 	<p><i>Cosa ne pensi del fenomeno del Molise che non esiste? Ha avuto un impatto positivo o negativo sulla regione?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - È uno slogan che ha creato curiosità - È stata un'opportunità. Oggi è avvilente ed è abusato - Il Molise non esiste perché non viene pubblicizzato - È la politica molisana che non esiste - La narrazione induce ad una mentalità di sottovalutazione e autoreferenzialità
<i>Per te è qualcosa di negativo o positivo per l'immagine della regione?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Generalmente positivo per il turismo - Un po' dispregiativo - distinzione tra alto e basso Molise - Mobilità difficile 	<ul style="list-style-type: none"> - Generalmente positivo per il turismo - Un po' dispregiativo - Percezione diversa dell'emigrato che torna in regione - distinzione tra alto e basso Molise - diversa percezione generazionale dell'appartenenza alla regione - Regione giovane - Mobilità difficile 	<p><i>Secondo te, come viene visto il Molise dall'esterno?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Connotazione divertente data dalla non esistenza e/o zimbello d'Italia
<i>Perché si ha la necessità di controbattere la narrazione sul Molise che non esiste?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - È uno stereotipo da eliminare 	<ul style="list-style-type: none"> - È uno stereotipo da eliminare 	<p><i>Quali sono i motivi che ti/vi hanno spinto ad aprire questa attività/scegliere questo tema?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Raccontare un Molise fuori dai luoghi comuni, normalizzandolo e facendolo conoscere
<i>Quanto ritieni di conoscere la tua regione?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Non abbastanza/non la conosciamo - regione anziana, i giovani vanno via 	<ul style="list-style-type: none"> - Non abbastanza/non la conosciamo 	<p><i>Credi che i molisani conoscano bene la propria regione? Pensi che questa narrazione abbia indotto i molisani a scoprire di più la propria regione?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Noi conosciamo poco il Molise - Effetto retroattivo del turismo che attiva maggiore consapevolezza
<i>Questa narrazione ti ha fatto scoprire di più della regione?</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ruolo del turismo che rende consapevoli gli abitanti → retroazione - Campanilismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruolo del turismo che rende consapevoli gli abitanti → retroazione - Campanilismo - curiosità istillata tramite gli internet memes 	<p><i>Secondo te, come viene visto il Molise dai Molisani?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - I molisani non hanno non conoscono la regione e quindi non ha un'identità - Differenze tra alto e basso Molise (campanilismo) - Ci consideriamo sempre un po' meno degli altri