



LA PANDEMIA IMMATERIALE

Gli effetti del Covid-19 tra social asintomatici
e comunicazione istituzionale



1 Febbraio 2020 - 10 Aprile 2020

Luigi Giungato

Introduzione e coordinamento a cura di Mario Caligiuri

© 2020 Società Italiana di Intelligence
c/o Università della Calabria, Cubo 18-b, 7° piano
via Pietro Bucci
87036 Arcavacata di Rende (CS) - Italia
<https://www.socint.org>
ISBN 979-12-80111-06-7

Sommario

INTRODUZIONE	3
BIG DATA... ..	6
...NO DATA	11
DINAMICHE DI APPROPRIAZIONE.....	12
SOBBORGHIE SOTTERRANEI DELLA METROPOLI.....	14
GIÙ NEL CYBERSPAZIO	16
VIRUS IMMATERIALI.....	20
DEREALIZZAZIONI.....	22
BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE.....	26
SITOGRAFIA	26

INTRODUZIONE

Il cortocircuito dell'informazione produce disinformazione. Ciò non è mai stato tanto evidente quanto durante la crisi dovuta alla pandemia di Coronavirus Covid-19, in cui la proliferazione e la sovraesposizione alle informazioni ha creato una copertura mediatica nebbiosa, inestricabile e, per molti versi, collaterale ai danni prodotti dal virus stesso. A fronte di tale intossicazione comunicativa, d'altra parte, non è riscontrabile una capacità critica da parte del pubblico per riuscire ad essere in grado di costruire e costruirsi un'opinione oggettiva e razionale. Ogni utente/spettatore viene lasciato da solo in balia della propria visione del mondo, abbandonato al suo bagaglio culturale e interpretativo, che diviene per lui l'unica guida possibile al fine di districarsi nella difficile comprensione di vicende che lo travolgono e ne mutano forzatamente la propria quotidianità e i propri percorsi di vita. Eppure, invece che scoprirsi incapace di dominare l'incoerenza comunicativa che lo circonda, l'utente dei social che, nello stesso tempo, continua a dipendere dagli schermi generalisti come, se non più di quanto ne fosse dipendente la generazione che lo ha preceduto, costruisce intorno a sé il peccato più grande di tutti, l'illusione della conoscenza. Ammaliati, nello stesso tempo, dalle sirene delle multinazionali del web, sempre più potenti e apparentemente indispensabili nel fungere da protesi sistemiche a una società reclusa nelle celle dei propri domicili, nessuno può più essere in grado di discernere la realtà. La sovrabbondanza di informazioni e il basso livello medio di istruzione, divengono il regno perfetto per la manipolazione, una miscela esplosiva che crea un cortocircuito cognitivo nel quale tutti siamo invischiati. Intanto, il sistema sociale, educativo, mediatico e, soprattutto, sanitario, restano inamovibili e incapaci di fuoriuscire dalle proprie logiche, basate sulla promozione dei consumi, nonché sullo scaricare i costi sociali delle proprie inefficienze sulla collettività. Gli algoritmi, unici, veri e potenti agenti del cambiamento politico, restano programmati per favorire il consumo dei beni. Paradossalmente, la cura prescritta contro il virus materiale, veicolato attraverso virus immateriali nel sistema nervoso della società, mediante il confinamento sociale crea le premesse per il più grande boom economico dell'economia virtuale della storia. Eppure, alcuni iniziano a cogliere l'ipotesi di un'alternativa. Come ha scritto il filosofo Slavoj Žižek, il capitalismo mondiale potrebbe subire una profonda trasformazione e il Coronavirus rappresentare “la morte del capitalismo e un'opportunità per reinventare la società”.

Nei momenti di crisi la popolazione smarrita, soprattutto nella cultura europea e mediterranea, tende così ad affidarsi al corpo immateriale dell'autorità. Ma anche qui, il terreno è friabile, dal momento che la controparte materiale dell'autorità è composta da leadership il più delle volte deboli e con gravi deficit di competenze, poiché frutto di metodi di selezione alquanto approssimativi, basati sulla mediaticità dei singoli o dei loghi e non sulla capacità o sul merito politici. Un corpo materiale del re che restituisce molto meno di quanto consumi, sia in termini economici che in termini di efficienza, che affida le procedure del potere in mano a ristrette oligarchie e che non riesce a garantire neanche i diritti essenziali, dalla sicurezza alla salute, dal lavoro all'istruzione. Nei giorni del Coronavirus ci si affida, così, a personalità totemiche, al corpo immateriale di una comunità che si stringe attorno ai simboli che la rappresentano: bandiere, monumenti, folclori o vip. Nello stesso tempo misure assistenziali cercano di calmierare soprattutto le fasce più povere della popolazione. Ma, quando la crisi economica causata dal lockdown di un'intera comunità internazionale, inizierà a mordere i ventri resi vuoti dalla fame, allora il controllo generato dai media potrebbe non essere più sufficiente e la popolazione, a quel punto, potrebbe essere vulnerabile a qualunque contro narrazione che ne soddisfi, anche solo momentaneamente i bisogni. È uno scenario talmente realistico da essere già divenuto attualità in Ungheria.

Il presente lavoro nasce dal presupposto di volere indagare esclusivamente la dimensione comunicativa e non sanitaria dell'emergenza dovuta al Covid-19. Le dichiarazioni delle autorità, dei mass media e degli esperti citate, poche volte come nella presente situazione rivelatesi frammentate e, a tratti, incoerenti, vengono riportate esclusivamente nella loro valenza comunicativa, senza mai entrare nel merito della validità o meno dei contenuti trasmessi. Il mestiere del ricercatore medico è quello di comprendere e analizzare la dimensione reale e biologica del virus. Il mestiere del ricercatore di scienze umane è quello di indagarne la dimensione immateriale nei suoi meccanismi e funzionamenti, non quello di ricercare la verità, in questo caso medica. Saranno le prossime vicende storiche e il tempo a raccontarle. Per adesso cerchiamo di interpretare quello che sta accadendo in modo predittivo.

Non a caso il termine Intelligence si traduce con la capacità di selezionare e unire i punti delle informazioni rilevanti in modo da individuare gli elementi essenziali per capire ciò che avviene. Il punto è proprio questo. Se la disinformazione e la propaganda mediatica imperante non saranno in grado ancora a lungo nella loro opera di narcotizzazione della società, allora un numero sempre

maggiore di cittadini, spinti dall'urgenza dei bisogni, potrebbe appunto “unire i punti” e divenire consapevole di un sistema che, allo stato attuale, tenta di caricare il costo sociale, economico e politico dell'emergenza su di essi. Il problema del disagio sociale potrebbe diventare drammatico e non avere alcuna delimitazione geografica. Nella propria capacità predittiva, sarà quindi proprio l'intelligence a dovere fornire all'autorità e alla popolazione gli strumenti di lettura giusti per proteggersi dagli attacchi alla propria capacità di discernimento, salvaguardare la sicurezza nazionale e tenere salde le istituzioni democratiche. Mai come oggi l'Intelligence deve essere in grado di assolvere a tale compito.

Mario Caligiuri

Presidente Società Italiana di Intelligence

“In wartime, truth is so precious that she should always be attended by a bodyguard of lies.”
(Winston Churchill)

“Con il suo discorso, l’agitatore cerca sempre di fornire al pubblico un soddisfacimento sostitutivo. Chi ascolta è, così, indotto ad allontanarsi dalla realtà e ad accontentarsi in generale di surrogati. L’interesse per questa sfera dell’instupidimento praticato consapevolmente – in forma “psicotecnica” – non è meramente accademico. Conoscendo il modesto repertorio di trucchi e la natura del loro effetto, dovrebbe essere possibile “vaccinare” le masse, metterle in condizione di riconoscerli, non appena si imbattono in essi, come strumenti scaltri ma logori. Chi si rende conto degli effetti a cui si mira, non ne sarà più la vittima ingenua, ma si vergognerà di mostrarsi così stupido come lo considerano i demagoghi.”

(T. Adorno, M. Horkheimer, 1952)

BIG DATA...

Il 20 febbraio 2020 i termini di ricerca maggiormente utilizzati in Italia su Google, analizzati tramite *Google Trends*, sono a completo appannaggio dell’argomento *calcio*. “Atalanta-Valencia”, “Ludogorets-Inter”, “Spal-Juventus”, “Roma-Gent”, “Brescia-Napoli” sono le ricerche più effettuate sul motore di ricerca. I news media riportano la notizia che i due cinesi ricoverati all’ospedale Spallanzani di Roma, due dei pochi pazienti affetti da Corona Virus Covid-19 in Italia fino a quel momento, sono in graduale miglioramento e le notizie dalla Cina, coerentemente alla narrazione predominante fornita del Governo cinese, raccontano di un costante miglioramento e di un graduale ritorno alla normalità nella regione di Wuhan.



Figura 1-Andamento del termine di ricerca "coronavirus" in Italia dal 28.01.20 al 25.02.20 (fonte:Google Trends)

Il punto di svolta è individuabile fra il 20 e il 21 febbraio, con le ordinanze regionali sul blocco delle attività pubbliche in seguito alla scoperta di numerosi casi positivi al virus e la conseguente quarantena nei Comuni lombardi della Provincia di Lodi. Nei giorni seguenti, il termine di ricerca

“Coronavirus” diviene via via predominante, per poi affievolirsi nuovamente negli ultimi giorni del mese. Come si evince dai grafici analizzati, incrociando i dati offerti anche dai siti di analisi internazionali *buzzsumo.com* e *brand24.com*, per i primi giorni successivi al 21 febbraio, il volume generato dai news media è mediamente più alto di quello generato dai social network, soprattutto Facebook, Twitter e Reddit. Successivamente, questi superano in volume i news media stessi ma, negli ultimi giorni di febbraio, si affievoliscono nuovamente.

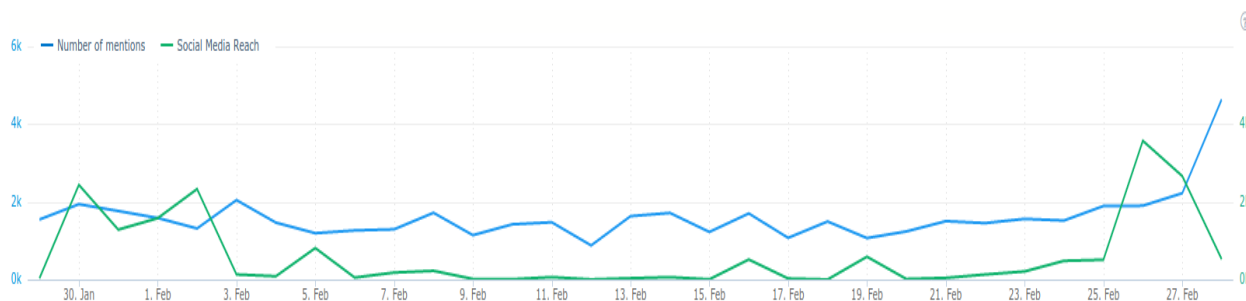


Figura 2-Andamento delle menzioni "coronavirus" in Italia dal 30.01.20 al 28.02.20 (fonte brand24.com)

Andando ad analizzare le tipologie di articoli online maggiormente condivisi e letti in Italia in quest'ultimo periodo preso in esame, si può rilevare che il sentimento predominante è quello di una reazione sostanzialmente scettica nei confronti del fenomeno, con una netta predilezione per gli articoli in cui l'allarme viene ridimensionato. Probabilmente è questa la ragione che conduce sia i news media stessi che, soprattutto, la maggior parte dei *decision maker*, ad assestare le proprie reazioni in chiave rassicurante. Occorre, tuttavia, preliminarmente sottolineare che queste analisi tengono conto solo del volume informativo sviluppato online sui social. Dobbiamo, dunque, necessariamente considerare che dal traffico in esame restano escluse tre grandi categorie di soggetti: a) i soggetti meno alfabetizzati; b) i soggetti anziani; c) il volume di informazioni scambiate sui media di comunicazione interpersonali, primo fra tutti WhatsApp. Nei primi due casi, si parla di soggetti che si informano prevalentemente a mezzo televisivo, tramite i telegiornali. Spostando momentaneamente il focus dell'indagine su quest'ultimo mezzo di diffusione, possiamo rilevare che la copertura dei tg e dei programmi di approfondimento, nel periodo preso in considerazione, spazia dai toni più tranquillizzanti di Sky News24 (target più acculturato e abbiente), a quelli moderati dei tg Rai, fino ad arrivare ai tg e programmi di approfondimento Mediaset, i quali conservano toni più allarmistici e di denuncia nei confronti dell'operato del Governo. Tuttavia sembra che l'opinione pubblica tenda ancora a sottovalutare l'argomento.

Nel frattempo, a pochi giorni dalla fine di febbraio, nell'agenda dei media internazionali l'argomento "Covid 19" resta saldo mediamente fra la prima, la seconda e la terza posizione, pur non suscitando particolari volumi sui social network, se non relativamente alle condivisioni dei canali Cnn e BbcNews sulla piattaforma YouTube. Italia, Corea del Sud e Cina sono i Paesi più citati in relazione al "Coronavirus". I mass media russi sembrano essere meno attenti alla malattia, mentre quasi disinteressati appaiono i news media statunitensi, alle prese con le primarie democratiche. Per quanto riguarda l'Europa, il Coronavirus non sembra essere affatto un argomento generatore di ansia, passando dal moderato interesse dimostrato dai news media francesi e tedeschi, al quasi disinteresse dimostrato dai media inglesi e spagnoli.

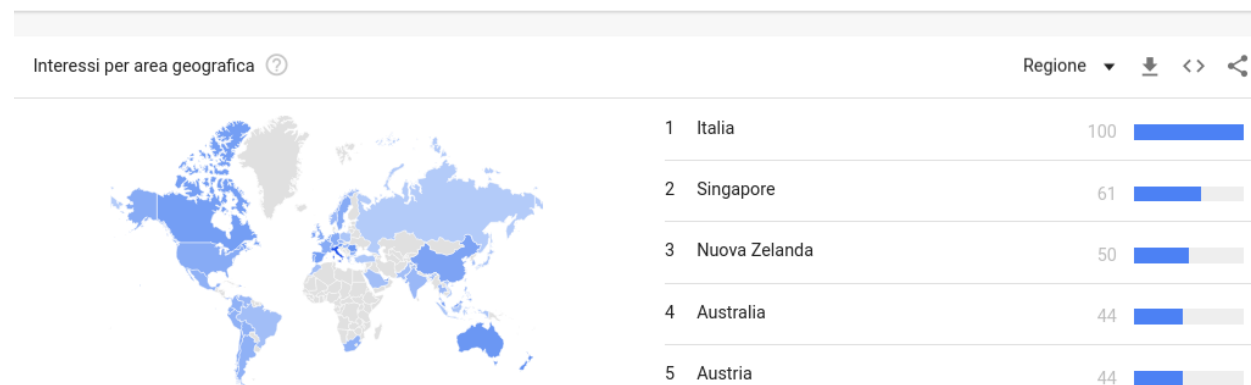


Figura 3-Andamento del termine di ricerca "coronavirus" dal 28.01.20 al 25.02.20 su Google News nel mondo (fonte: Google Trends)

Nella settimana precedente il 24 febbraio, il termine "Coronavirus" su Google è stato ricercato quasi prevalentemente in Italia, Cina e Iran. Nel resto del mondo lo stesso termine di ricerca suscita poco o medio interesse, con un incredibile risultato tendente allo zero se guardiamo le ricerche effettuate in Giappone e Corea del Sud.

Sempre sul versante internazionale, durante gli ultimi giorni di febbraio appare interessante la *querelle* fra Usa, Russia e Cina sulla paternità delle *fake news* riguardanti il virus. In particolare, degno di nota risulta il linciaggio avvenuto in Ucraina nella città di Novi Sanzhary ai danni di un

gruppo di connazionali reimpatriati da Wuhan, ad opera di alcuni residenti locali, aizzati, pare, da una *fake news* distribuita tramite email da un indirizzo governativo ucraino e generata, a quanto pare, in Russia. Naturalmente appare difficile confermare ciascuna di queste notizie. Non importa, esse contribuiscono a creare la nube di disinformazione e di smarrimento che inizia a spargersi come nebbia sul terreno della realtà.

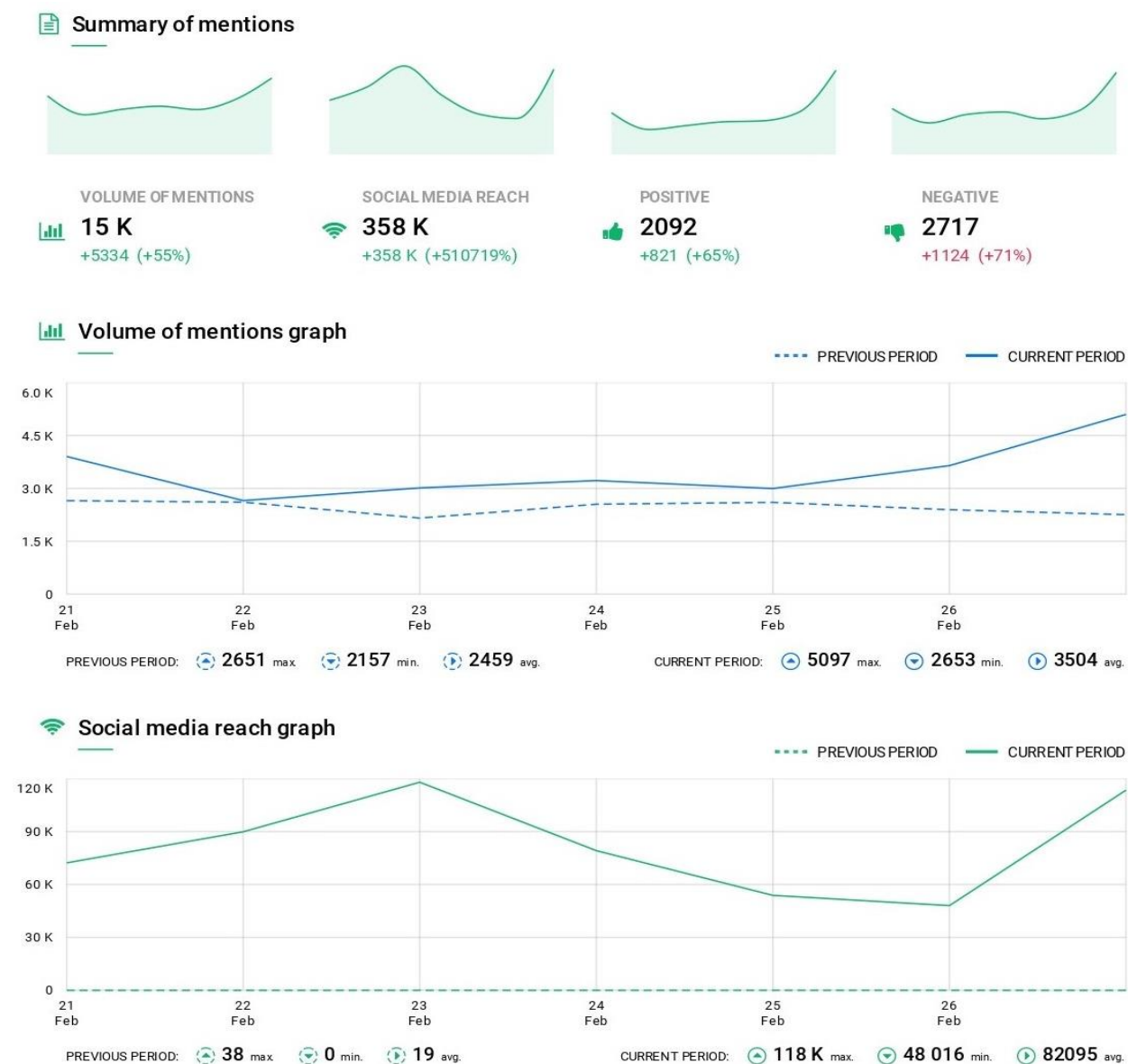


Figura 4-Andamento delle menzioni "coronavirus" in Italia dal 21.02.20 al 28.02.20 (fonte brand24.com)

Il 25 febbraio in Italia le ricerche più effettuate sono "Napoli-Barcellona", "Lione-Juventus" e "Chelsea-Bayern", rispettivamente al primo, secondo e terzo posto della classifica Google dei trends.

Le parole “Pandemia” e “Coronavirus” si piazzano al settimo e ottavo posto. Il 26 febbraio al primo posto fra i trend topic di Google si piazza “la scopa sta in piedi da sola” con più di 500.000 richieste. La prima ricerca riguardante il Coronavirus si classifica al quinto posto. Il 28 febbraio, giornata priva di competizioni sportive nazionali, il Coronavirus torna in cima alle maggiori ricerche effettuate sul motore di ricerca, accompagnato, tuttavia, dalla voce “Riapertura scuole Emilia Romagna”. Gli articoli più condivisi in Italia e nel resto d’Europa sono quelli che tendono a minimizzare il problema. Il 28 febbraio gli articoli più citati in Italia sono quelli relativi all’esortazione di Chef Rubio a “Spegnere la tv per sopravvivere al Coronavirus” e alle esternazioni della Direttrice del laboratorio analisi dell’ospedale Sacco che paragona il Covid-19 a una comune influenza.

Tuttavia, il 27 febbraio, si inizia già ad avvertire una variazione dei trend. Il giorno precedente è stato riscontrato il primo caso di contagio in Puglia e il video più condiviso sui social e sui news media è stato quello del Presidente della Regione Lombardia, Fontana che, indossando la mascherina in diretta su Facebook, dichiarava il proprio autoisolamento nel timore di avere contratto il virus. Si aprono le prime falle nella diga dell’incredulità. Il sistema immunitario dell’opinione pubblica inizia a indebolirsi. Da quel giorno in poi, gli argini al contagio e alla psicosi iniziano a cedere, fino a giungere al loro totale cedimento nei primi giorni di marzo. Poi le due dighe, quella sanitaria e quella dell’immaginario, crollano. Il resto è attualità.

Osservando nel dettaglio l’andamento dei trend topic in Italia e comparandolo con l’analisi dei trend topic internazionali, si ha l’impressione che siano state le azioni messe in atto dall’autorità prima, e i mass media mainstream poi, a imporre all’attenzione dell’opinione pubblica l’argomento “Coronavirus” in Italia, e che solo successivamente questi siano stati influenzati dall’opinione pubblica stessa, in una sorta di dialettica fondata sulla mutua influenza. Deduzione contraria, invece, quella che si evince dall’analisi dei *big data* del resto d’Europa e del mondo, dove il volume generato dalle interazioni social – tramite, soprattutto Youtube, Facebook e Twitter – può avere influenzato i news media mainstream che, a loro volta, possono avere influito sulle scelte dei *decision maker*. Caso a parte gli USA, dove, soprattutto dopo il 10 marzo, a dettare l’agenda sono state le vicende legate all’economia, con i vari crolli avvenuti a Wall Street e, soprattutto, la decisione del Presidente Trump di chiudere lo spazio aereo civile ai voli provenienti dall’Europa eccetto l’UK, azione che ha fatto esplodere l’argomento anche nelle sfere social americane. Quest’ultimo aspetto riguardante l’Europa e il resto del mondo, si evince dai grafici incrociati dalle varie fonti e appare particolarmente significativo poiché ci racconta di una crisi che, al contrario di quanto avvenuto in Italia – dove si

può dire che sia stata portata all'attenzione pubblica *dall'alto* - si può considerare frutto di una interazione fra istanze provenienti *dal basso* e scelte di agenda setting dei maggiori canali mainstream. Ne è un chiaro esempio la dinamica relativa alla Gran Bretagna, dove le pressioni provenienti dal basso hanno causato un radicale cambiamento di rotta nelle politiche adottate dal Governo Johnson.

...NO DATA

Se in un primo momento l'istinto dell'analista di fronte a un evento di rottura com'è quello del Coronavirus può essere quello di soffermarsi sull'analisi dei flussi di informazione, con specifico riferimento ai new media mainstream e social (soprattutto Youtube, Facebook e Twitter), tuttavia, ci si rende presto conto, con l'avanzare progressivo della crisi soprattutto in Italia e con la rottura delle barriere di protezione dal panico collettivo, che una siffatta analisi possa rivelarsi per certi versi sterile.

Si potrebbe realizzare una disamina delle distorsioni dei termini e dei toni utilizzati per argomentare quanto i news media, insieme alle autorità politiche e sanitarie, abbiano contribuito allo spargimento del panico, ma sarebbe una riflessione fuorviante. Il ruolo giocato dalle autorità e dai news media è stato innegabilmente determinante, se è vero com'è vero che al 20 di febbraio l'argomento "Coronavirus" non occupasse che una defilata posizione nell'agenda italiana e internazionale dei news media stessi e dei social, mentre, dal giorno successivo, con l'esecuzione su larga scala dei tamponi sul territorio della Lombardia e del Veneto e la conseguente individuazione dei risultati positivi - cui ha fatto seguito la dichiarazione dello stato di emergenza - l'argomento sia esploso in Italia e abbia avuto un ruolo anche nel contagio mediatico del resto d'Europa e del mondo. Tuttavia, sostenere che i media e i social mainstream abbiano avuto un ruolo sostanziale nell'esplosione della bolla "Coronavirus" all'interno dell'immaginario collettivo, significa esprimere una valutazione al limite del lapalissiano - e ciò non interessa all'analista.

I media e le autorità, a loro volta, sono condizionati dalle contingenze reali dell'emergenza sanitaria e, di conseguenza, trattandosi di una situazione in divenire, ogni cosa potrà essere valutata solo sul lungo periodo, in base all'evolversi della crisi, sia italiana che internazionale. Sono queste valutazioni e analisi di più largo respiro, sulle quali potrà aprirsi una discussione una volta diradatasi la nebbia ma che, ad oggi, non potrebbero essere esaustive. Acuendo, invece, maggiormente lo sguardo e scendendo più a livello del terreno, è stato un altro l'aspetto che ha attirato maggiormente

l'attenzione nell'analisi dei flussi comunicativi, ovvero la propagazione del virus immateriale su un altro mezzo di comunicazione che, senza dubbio, ha giocato un ruolo più peculiare di altri nella contaminazione: i media interpersonali.

DINAMICHE DI APPROPRIAZIONE

Come noto da decenni, la pervasività, in misura qualitativamente e quantitativamente massiccia, dei mass media nelle società contemporanee più avanzate tecnologicamente, soprattutto dopo la rivoluzione digitale e la progressiva ibridazione (o *convergenza*) fra media broadcast e media interpersonali, ha mutato radicalmente non solo il rapporto tra gli individui stessi, quanto soprattutto la percezione del sé e, consecutivamente, la percezione del mondo degli stessi individui. La costruzione del sé e, di conseguenza, la sua autopercezione, dipendono da un'acquisizione contestuale di esperienze e simboli che, nelle società contemporanee avanzate, sono mediati dal sistema simbolico dei mass media e, sempre in misura minore, dipendenti dalle interazioni dirette e reali. Ciò fa sì che la costruzione del sé divenga un racconto, un'autobiografia, i cui ingredienti, seppure sempre acquisiti in contesti locali, comunque derivano da fonti lontane e mediate, il più delle volte prodotti da soggetti e contesti sconosciuti, attraverso canali e percorsi opachi. Ciò, tuttavia, influisce in maniera sempre più determinante sulla nostra percezione della vita, della morte, dei sessi, della società, della religione, del potere e della salute.

Dobbiamo considerare, inoltre, che ogni evento mediato costituisce un racconto fatto da tanti altri piccoli racconti che, insieme e nel corso del tempo, dovrebbero comporre una narrazione coerente. Tuttavia tale coerenza è pura chimera e non può essere trovata alla fonte, a causa della iperframmentazione delle fonti di informazione, tipica della contemporaneità. Di conseguenza, quando si trova dinanzi a informazioni incoerenti e frammentate, ogni individuo ne ricompone spontaneamente una coerenza narrativa attraverso le proprie categorie interpretative, trasformando il materiale grezzo ottenuto in una parte della propria narrazione personale. Che si tratti di un post su Facebook, di una *breaking news* o di un messaggio WhatsApp, chi riceve quella storia, la narra a sua volta a sé stesso, come se la raccontasse nuovamente, acquisendola fra le sue strutture cognitive, a prescindere dalla volontà di chi quell'informazione ha prodotto, componendo una nuova narrazione in cui ogni pezzo serve a colmare un vuoto oppure a soppiantarne o meglio delinearne altri. Questo, a volte, può causare delle aberrazioni o delle reazioni collettive inaspettate. Tuttavia,

possiamo dire che la nostra vita sia fatta di storie e che ogni evento mediato sia una storia che noi scriviamo, con la nostra calligrafia, nell'antologia della nostra esistenza e della nostra conoscenza del mondo, ma con un inchiostro offertoci da altri.

La capacità o meno di un post di Facebook, di una news o di un messaggio WhatsApp di convincerci che si tratti di un'informazione abbastanza affidabile da influire sulla nostra percezione della realtà - e spingere altri a fare ugualmente - risiede nel legame fiduciario che noi stabiliamo con il medium e con la fonte, nonché nella loro capacità di raccontare una storia che abbia una possibile coerenza discorsiva tale da essere iscrivibile all'interno delle nostre categorie di verosimiglianza. Essa deve convincerci al punto che non possa essere messo in dubbio che ciò che narra corrisponda al vero. Quasi dimenticando che un filmato televisivo o una registrazione audio WhatsApp possano essere manipolati digitalmente o ricontestualizzati in modo da mostrare il *falso* - esattamente come il cinema possiede la facoltà tecnica di mostrarci l'*impossibile* - ci leghiamo a quel prodotto, attivando lo stesso processo di sospensione dell'incredulità che adatteremmo se si trattasse di fiction. La differenza è che, nel secondo caso, lo faremmo temporaneamente e consapevolmente, mentre nel caso dei news media o dei mezzi di comunicazione interpersonali, il processo rimane innescato e attivo inconsapevolmente anche una volta spento lo schermo. Moltiplicando a dismisura le fonti, i costrutti discorsivi, le storie, i punti di vista e le verità, una pandemia può contagiare, così, non solo il corpo delle sue vittime, ma entrare anche nella parte più profonda della mente del suo pubblico, attraverso il *falso*.

Dobbiamo, infine, considerare che il contesto narrativo, nonché quello di acquisizione dell'informazione (*cosa, da chi, come e su che supporto*), generano sempre un'altra narrazione. Se un contenuto è veicolato da una fonte pubblica riconoscibile (per es. Il Manifesto, Libero, Fox News, una dichiarazione pubblica resa da un personaggio politico riconosciuto oppure il messaggio privato inviatoci da un contatto personale le cui convinzioni politiche siano esplicite e radicali), esso porta con sé il presupposto di una narrazione preliminare che inficia o facilita l'affidabilità o meno del contenuto. Tutti i meccanismi di resistenza (Festinger, 1957) o di selezione delle informazioni in base ai nostri criteri personali, ma in generale la nostra stessa capacità di esercitare una facoltà critica nei confronti delle informazioni con le quali veniamo a contatto, si basano su tale presupposto di ricezione. Ma se il contenuto stesso viene condiviso da un contatto personale che noi riteniamo "neutrale," su un canale altrettanto neutrale, quale può essere, ad esempio, un gruppo WhatsApp, e lo stesso messaggio non contiene alcun indizio che possa esplicitamente ricondurre alla fonte

originale di produzione, l'unico modo che il destinatario avrà per decodificare il contesto narrativo preliminare, è l'analisi approfondita dei contenuti. Tuttavia ciò è possibile solo se si è in possesso di categorie interpretative adatte, sia nei confronti del messaggio che nei confronti del medium. Detto in termini semiotici, se si è o meno in grado di decifrarne i codici. Altrimenti la narrazione di cui il destinatario si appropria, riciclata e resa affidabile dall'utente che l'ha condivisa, spesso in buona fede, avrà un'altissima probabilità di iscriversi all'interno delle narrazioni del destinatario, o colmando vuoti o modificandone altre pre-esistenti, in base a criteri di coerenza autoctoni e senza che si siano innescati meccanismi di resistenza che ne mettano in dubbio l'affidabilità.

SOBBORGHIE SOTTERRANEI DELLA METROPOLI

Scrivendo Davide Bennato già nel 2007, agli esordi dell'espansione della bolla dell'*instant messaging*, che l'anomalia rappresentata da Internet fosse quella di essere contemporaneamente sia mezzo di comunicazione di massa che interpersonale, «*uno spazio ambiguo in cui non sempre vale una rigida distinzione fra dimensione pubblica e dimensione privata della comunicazione.*¹»

Per potere meglio descrivere un contesto ibrido di tale tipo che sembra sfuggire alla classica ripartizione fra media pubblici e privati, Wellman coniò negli stessi anni l'espressione "*networked individualism*"², sottolineando come al centro della dinamica comunicativa non vi fossero più i luoghi di condivisione e di scambio delle esperienze – o delle narrazioni – sia fisici che immateriali, bensì l'individuo stesso, rappresentato dal suo *personal medium*: lo smartphone. Tramite tale protesi personale, che trasforma in sinapsi il corpo stesso dell'utente, l'individuo si ritrova ad essere connesso perpetuamente al sistema nervoso dello spazio immateriale della conoscenza, sospeso fra cyberspazio e realtà.

A una prima analisi ci accorgiamo, tuttavia, che l'osservazione dei mezzi di comunicazione interpersonali – di cui fanno parte WhatsApp, Telegram, Signal e, più in generale le *app* di messaggistica interpersonale, compresi alcuni arcipelaghi del *dark web* – ci conduce verso una dimensione comunicativa dell'*infosfera* che potremmo definire come "la città sotterranea e i

¹ Cfr. Bennato, D., 2007, Individualismo reticolare e socialità virtuale. Cenni sul problema delle relazioni sociali mediate da internet, in V. Giordano, S. Parisi, a cura, *Chattare. Scenari della relazione in rete*, Meltemi, Roma, p.2.

² Cfr. Wellman, B., 2004, *Connecting Communities: on and off line*, Volume: 3 issue: 4, page(s): 22-28, November 1, 2004

sobborghi della Rete". Tale piccola sotto-galassia presenta delle specificità su cui è opportuno riflettere.

Innanzitutto, dobbiamo premettere che i media di comunicazione interpersonale rappresentano attualmente una sorta di anomalia sistemica e comunicativa, nonché veicolo dell'*undedrground web*. Essi sono, infatti, supportati da sottoreti e da applicazioni di natura privata che stipulano con gli utilizzatori dei contratti privati di condivisione o riservatezza delle informazioni trasmesse, a volte molto opachi, come nel caso di WhatsApp. È, infatti, abbastanza comprovato che Facebook, proprietario di WhatsApp, utilizzi degli algoritmi che scandagliano le conversazioni audio e testuali sostenute dai suoi utenti, in modo da profilare in maniera più accurata gli spazi pubblicitari dedicati, il tutto in un'opacità legale che è attualmente materia di discussione internazionale. Tali mezzi di comunicazione, nello stesso tempo, garantiscono molto spesso nei confronti di soggetti terzi la non tracciabilità e la non monitorabilità delle conversazioni, oltre a porre delle difficoltà oggettive e tecniche di controllo. Pur essendo, infatti, mezzi di comunicazione la cui inviolabilità è protetta dalla Costituzione (artt. 13, 14 e 15), oltre che da varie convenzioni internazionali in quanto media afferenti la sfera della corrispondenza personale, le possibilità di intercettazione da parte dell'autorità giudiziaria per motivi legali sono, di fatto, molto difficoltose per vari fattori tecnici. L'unica via resta, in effetti, quella di *infettare* il cellulare da intercettare con delle applicazioni di *data phishing*, strumenti ai limiti del legale e, quindi, di difficile utilizzo da parte del pubblico - sebbene le più recenti riforme in materia di intercettazione ne abbiano implementato l'utilizzo - oppure stipulare degli accordi con le case produttrici dei software, materia di diritto internazionale. Ad ogni modo, la diffusione di tali canali comunicativi è capillare, essendo ormai inevitabilmente associati allo stesso utilizzo dello smartphone, divenuto, appunto, una vera e propria protesi dell'individuo contemporaneo nella *networked society*. Attraverso di esso l'individuo *si fa* network. Diventa fonte dell'informazione, narratore di se stesso e, contemporaneamente, ripetitore di trasmissioni altrui, creatore di contenuti e consumatore. In una parola, *prod-user*. L'uso delle applicazioni di messaggistica interpersonale ai fini della produzione e della trasmissione di contenuti diffusi rende ormai impossibile la distinzione tra il loro utilizzo a fini privati e ai fini di un utilizzo da vero e proprio canale *broadcast*. Infatti, tramite queste, la trasmissione *broadcast* (uno verso molti o molti verso molti) e la comunicazione interpersonale mediata (uno verso uno) si con-fondono, in un processo di ibridazione talmente tanto simbiotico da poter iniziare a definirli dei mezzi di *self-mass-broadcasting*. Attualmente i canali di comunicazione interpersonali rappresentano una delle principali

fonti di informazione per tantissimi *producer* e, di conseguenza, uno dei principali veicoli per la formazione o la manipolazione dell'opinione pubblica.

Sui canali interpersonali, oltre alla nostra vita quotidiana fatta di contatti, condivisioni, pettegolezzi, messaggi di lavoro o privati, viaggia anche tutto ciò che *non può* essere pubblico: la pornografia, i codici hackerati, i contenuti protetti da copyright, le copie di giornali, riviste o altri contenuti illegali, i video snuff, le comunicazioni per la compravendita di stupefacenti e altro ancora. È, in pratica, la dimensione immateriale di un sobborgo, l'*underground* del web, quello spazio opaco che fisiologicamente si crea in ogni luogo abitato dagli esseri umani, al confine fra lecito e illecito, fra il pubblico e il privato. L'alta concentrazione di utenti attivi, oltre alla garanzia dell'impossibilità o, se non altro, della molto difficile possibilità di decrittazione dei contenuti scambiati, rende gli utenti come coperti da un mantello protettivo di invisibilità. In questo medium ibrido fra reale e virtuale, l'autorevolezza della fonte, nonché la natura stessa del messaggio e la relazione discorsiva fra fonte e destinatario, divengono concetti gassosi. La veridicità o la finzione del contenuto, o anche l'oggettività della fonte vengono affidati all'interpretazione del destinatario e, per dirla nel linguaggio dell'ermeneutica, al proprio meccanismo di appropriazione, nonché alle proprie categorie interpretative personali, che possono innescare reazioni imprevedibili e irrazionali. Nelle narrazioni che veicolano, la disinformazione si annida, potremmo dire, spontaneamente, endemicamente, come un virus che, innestandosi a propria insaputa sulle conoscenze del destinatario, modifica le proprie strutture discorsive, producendo effetti imprevisi. È questo il terreno reale delle contro-narrazioni, ovvero della *post-verità*. La verità, qui, infatti, si frantuma e si polarizza in aggregazioni temporanee e promiscue di senso collettivo che causano deflagrazioni improvvise di istanze rivolte all'autorità o di crisi di panico.

GIÙ NEL CYBERSPAZIO

Andiamo nel pratico dell'osservazione empirica. Dall'inizio dell'emergenza, si è cercato di monitorare quanti più canali e contenuti possibili. Bisogna, tuttavia, necessariamente considerare una premessa metodologica. Di fatto, a causa degli strumenti a disposizione, risulta impossibile effettuare un'analisi quantitativa (attraverso il ricorso ai cosiddetti *big data*) delle reti di comunicazione interpersonale. Ai fini di un'analisi dei flussi comunicativi, dobbiamo, per dirla metaforicamente, ritornare a essere *sociologi di strada* e osservare il fenomeno partecipando

direttamente a ciò che vediamo, cercando di utilizzare le nostre conoscenze per interpretare al meglio l'*odore* e i suoni di ciò che osserviamo, nello stesso tempo individuando i nostri pregiudizi di osservatori. Per quanto tale metodo possa sembrare pionieristico nella migliore delle ipotesi, obsoleto e fallace nella peggiore, è comunque l'unico metodo che resta, quando tutti gli strumenti tecnici sembrano essere inadeguati, ovvero continuare a fare ciò che una scienza umana non può esimersi dal fare, al meglio delle sue possibilità e delle condizioni di osservazione, accettando anche l'errore ma, nello stesso tempo, non esimendosi dal continuare la sua missione, che è quella di leggere e raccontare la società. Ma questa è solo un'osservazione epistemologica.

Vi è una particolare tipologia di contenuti che viaggiano nelle reti dei media di comunicazione interpersonale. Sono quelli che possiamo definire "esterni", cioè non prodotti direttamente dall'utente che li invia e la cui fonte primaria è sconosciuta. Si tratta di audio, video e testi che vengono rimbalzati da un utente all'altro, apparentemente senza subire alcuna modifica durante il passaggio. I principali canali di propagazione sono i "gruppi" semi privati, anche se non disdegnano l'invio diretto. Gruppi come "proloco", "mamme asilo", "bimbi scuola", "Ass. culturale" o "Ass. sportiva", sono tipici, ma dobbiamo includere anche gruppi di lavoro, familiari, di svago, politici o di categoria. In ogni caso, gruppi nei quali la conoscenza diretta o indiretta dei membri sia ragionevolmente comprovata nella realtà. Già solo questo rappresenta la prima e, forse, più importante anomalia del canale, ovvero il fatto che le fonti da cui tali messaggi provengono non siano "sconosciute" o lontane, bensì reali e prossime. Non solo. Nella logica di Nicholas Negroponte, per il quale "i bit sono bit", il contenuto di ciò che viene veicolato attraverso la rete tende ad assumere pari dignità, a prescindere dalla fonte di emissione. Lo sfogo di un illetterato che pontifica sul contagio fuori controllo, vale in termini comunicativi quanto l'analisi di uno scienziato dell'OMS. Un impostore che si spaccia per un virologo è credibile tanto quanto il primario di una struttura ospedaliera. Un fanatico sostenitore dei metodi più autoritari di repressione sociale, vale quanto un segretario di un partito di minoranza. Il video di un arresto o di un'aggressione per strada vale quanto una diretta di RaiNews24, e via dicendo.

I messaggi osservati in questione si caratterizzano per alcune peculiarità comuni che possiamo enumerare:

- La fonte originale non è mai qualificabile con oggettiva certezza. Anche le "delazioni" (filmati che inquadrano persone o domicili appartenenti a sospetti casi di infezione oppure persone che evadono dalle zone di sicurezza o anche locali di intrattenimento che non obbedirebbero

agli ordini di chiusura, per fare degli esempi), non sono mai riscontrabili oggettivamente, non essendo mai fornita nel contenuto alcuna indicazione incontrovertibile e riscontrabile di luogo, autore, data o, eventualmente, gli estremi di una qualche denuncia effettuata alla pubblica autorità. Non costituirebbero, in altre parole, prove che potrebbero essere ragionevolmente utilizzate in alcun tribunale. Ciò non di meno, esse sono ritenute il più delle volte affidabili, poiché veicolate da persone che le ritengono, a loro volta "sicure".

- La fonte della condivisione è sempre una persona ritenuta, appunto, "fidata", appartenente, cioè, all'orizzonte delle conoscenze reali del destinatario. Questo significa che, nei suoi confronti, l'eventuale sospensione dell'incredulità che potremmo avere nei confronti di un canale mainstream, è ulteriormente assottigliata, quasi azzerata, essendo percepita l'informazione come non mediata, quasi "faccia a faccia".
- Il linguaggio utilizzato o la qualità video dei contenuti è sempre scadente e di bassa fattura. Questo, paradossalmente, contribuisce all'illusione della veridicità, poiché denota amatorialità e, quindi, genuinità. È una tecnica largamente usata negli ultimi anni anche dal linguaggio politico.
- La propagazione dei contenuti è sempre condotta in maniera deresponsabilizzata da parte del soggetto propagatore, potendo egli sempre sostenere di non esserne l'autore, ma di averla solo ricevuta e "girata". Anche di fronte ai contenuti più scabrosi, il mittente è sempre coperto dal suo ruolo di tramite e non di produttore dell'informazione.
- Le condivisioni dei contenuti seguono un andamento "a catena", ovvero sono condivisi decine di migliaia di volte su migliaia di gruppi che, a loro volta, coinvolgono decine di migliaia di soggetti, con andamento virale. Non è infrequente che gli stessi contenuti giungano al ricevente da canali paralleli tramite contatti fra loro sconosciuti.
- Di solito hanno durata breve e fanno riferimento solo ed esclusivamente alla contingenza dell'attualità. Di rado capita di ricevere informazioni non al passo con le notizie provenienti dai canali mainstream.
- Non sono necessariamente false. Al contrario, proprio come le narrazioni delle *fake news*, esse sono delle realtà mascherate e reinterpretate. È lo stesso meccanismo narrativo del romanzo storico (realtà mista a finzione) o della *science fiction*, ovvero narrano vicende riscontrabili, pur includendo elementi fantasiosi e discostandosi dalle conclusioni o dalle interpretazioni comuni. Non sono *vere* ma *verosimili*. Tuttavia il mezzo attraverso cui

vengono veicolate dona loro l'apparenza di *verità*. Molte volte, gli autori non agiscono necessariamente in malafede, ma convinti della bontà della loro analisi.

- I contenuti, reali o falsi che siano, sono sempre esasperati, volgari, tragici, comici o violenti, oltrepassando di molto la soglia che permetterebbe loro di essere veicolati da un canale mainstream. In altre parole, sono ascoltabili preferibilmente in modalità "privata", il che asseconda, naturalmente, la logica del medium interpersonale. Ovviamente la loro diffusione viene ugualmente amplificata dalla condivisione collettiva, ma, di fatto, restano portatori di contenuti censurabili pubblicamente e accettabili solo a condizione che il consumo e la condivisione siano privati. Tale peculiarità fornisce al ricevente, molte volte, la sensazione di trovarsi davanti a un'informazione che *i giornali e le televisioni non potrebbero trasmettere*, il che, paradossalmente, radicalizza ulteriormente il legame di affidabilità con il messaggio stesso. Infermieri che raccontano di ospedali traboccanti di malati e di morti; autisti di ambulanze che riferiscono quanto ormai l'unica cosa da fare sia quella di cercare di fare provviste e sopravvivere il più a lungo possibile; medici che spiegano come la vitamina C o le bevande calde stiano ottenendo risultati "miracolosi" sui pazienti; funzionari comunali che avvertono un non meglio specificato parente o amico che la situazione sia ormai fuori controllo oppure che annunciano l'imminente sanificazione delle strade tramite elicotteri; video che mostrano scene di feste all'interno di non meglio specificati condomini o strade, oppure di ambulanze che prelevano dalla casa del vicino gli infetti; funzionari di polizia che avvisano di come la situazione stia per diventare *sempre più grave* e che non si possa più uscire di casa *neanche per far uscire il cane o comprare le sigarette*, pena l'arresto immediato; casalinghe dai toni accesi che intimano di non uscire più di casa; guardie carcerarie che riferiscono di evasioni di massa dai penitenziari; documenti contenenti foto segnaletiche dei ricercati; audio contenenti minacce di morte e di violenze nei confronti di chi è stato trovato positivo al test; vecchiette che maledicono il vicino di casa positivo. Per non parlare dei video che attesterebbero la presenza di malati lasciati a morire da soli in casa oppure l'esistenza di complotti da parte, alternativamente, di Germania, Cina e Francia. L'elenco potrebbe continuare ancora. Nell'ultimo periodo si sono imposti video delatori di presunti *assembramenti* per strada, *runners* solitari aggrediti dalla popolazione, saccheggi di supermercati o monologhi di medici che denunciano l'operato criminale del Governo.

-
- Molto più spesso di quanto possa presumersi, il propagatore dell'informazione sa benissimo di trovarsi dinanzi a un'informazione probabilmente distorta o falsa. Tuttavia ciò non solo non lo inibisce dal condividerla ma, paradossalmente, lo istiga a propagarla ugualmente, sia a coloro che condividono le sue stesse narrazioni, sia a coloro che le osteggiano. È, probabilmente, uno degli effetti più perversi dell'iperframmentazione dell'autorità interpretativa, processo mediante il quale ogni soggetto diviene portatore egli stesso di una *sua* personale versione della *verità*, che trasmette agli altri o per vicinanza o per opposizione. È il passaggio, in pratica, che nella società tardo postmoderna porta i soggetti a credere e condividere non più ciò che è *vero*, bensì ciò che è *giusto*. Il ruolo di questi soggetti può essere paragonato a quello dei *piromani*, figure che, paradossalmente, si manifestano in numero preoccupante ed endemico proprio nelle aree dove le condizioni climatiche permettono più facilmente l'insorgenza e la propagazione di nuovi incendi. Attraverso le parole di un utente molto attivo nel condividere *fake news* su WhatsApp e su Facebook: «io lo so che non è vero, è chiaro, ma a me non importa. A me interessa soltanto che la gente se la prenda col Governo perché io odio i politici. Non me ne frega che questa notizia non sia vera, comunque quello che dice è giusto!».
 - La percezione della "riservatezza dell'informazione" ricevuta, ovvero il pensiero di sentirsi quasi dei *privilegiati* nel possederla, innesca un meccanismo di condivisione gregale nei confronti della comunità o del "branco". In pratica ci si sente quasi obbligati a condividerla, o perché il contenuto è giudicato esilarante e stemperante la tensione oppure perché, al contrario, ritenuto molto grave e, quindi, rilevante ai fini della sopravvivenza del proprio gruppo. Di conseguenza ognuno sceglie a chi girare l'informazione in base alle proprie priorità personali. Questo, in linguaggio informatico, significa infettare con il nostro virus la nostra rubrica personale che, a sua volta, propagherà ulteriormente il messaggio infettato.

VIRUS IMMATERIALI

Il virus biologico è un organismo che, introducendosi in un altro organismo ospite, sfrutta le sue risorse e lo obbliga in modo inconsapevole, indesiderato e incontrollato a fare qualcosa che quell'organismo non farebbe mai naturalmente, modificando la sua struttura in modo autodistruttivo. L'accezione biologica, come noto, è stata presa a prestito dalla terminologia

informatica, allo scopo di identificare un tipo particolare di software, creato allo scopo precipuo di introdursi fra le righe di comando di un software ospite e modificarle, contro la ratio del programma stesso e contro il volere dei programmatori che quel software hanno creato. Esso è costituito, in pratica, da una serie di istruzioni elettroniche organizzate, le quali obbligano e modificano altre istruzioni elettroniche organizzate, in modo che esse facciano qualcosa che non dovrebbero né vorrebbero fare. La stessa metafora può essere utilizzata nel caso delle narrazioni - o discorsi - che partecipano alla costruzione dell'opinione. La disinformazione, infatti, consiste nell'azione di un sistema organizzato di informazioni che si introduce nelle strutture cognitive di un soggetto e le modifica, in modo tale che queste, e il soggetto con loro, diventino altro da sé, portandole ad agire e pensare in modo alternativo. In altre parole, un virus può essere inteso anche come un sistema di verità che contamina coercitivamente un altro sistema di verità: un organismo che si ibrida con un altro organismo per modificarlo.

In tutti i casi, sia che si parli di organismo biologico, di software, di notizie o di discorsi, le dinamiche della disinformazione obbediscono tutte alla logica di un virus. L'informazione nasce e si propaga in rete, attraversa il i canali informativi fino a giungere al bersaglio; penetra le sue difese, siano esse poste da lui stesso o da altri; si ibrida con esso; agisce, modificandolo. Tale modifica avviene quasi sempre in modo inconsapevole nei riguardi del soggetto ospite. Se, infatti, egli divenisse consapevole del fatto di essere sotto attacco, espellerebbe il virus o reagirebbe alla sua azione. Il virus deve operare senza essere visto, sentito, percepito, e svanire, o restare residente, solo dopo che le narrazioni e le categorie interpretative del suo ospite siano state trasformate dalla sua azione.

Nella *networked society*, i mass media broadcast e interpersonali, e con essi i *self-mass-media*, agevolano così la propagazione del virus e l'insorgere del sintomo dell'ansia collettiva che si espande, giorno dopo giorno. Attraverso la sfera interpersonale si spargono, così, anche comportamenti tribali di protezione del gruppo a cerchi concentrici: prima dai cinesi, poi dai settentrionali, quindi dai concittadini infetti e, infine, dai meridionali di ritorno dal Nord Italia. La delazione, che avviene prevalentemente attraverso tale canale, assume caratteri che trascinano la legalità, condividendo nomi, indirizzi, foto e generalità dei soggetti coinvolti, indicati al pubblico ludibrio. I comportamenti individuali si adattano alle regole topiche di uno spazio completamente deregolamentizzato e privo di un'apparente autorità legale o burocratica. Le minacce e le offese sono, non solo facilmente elargite, ma anche goliardicamente diffuse. In presenza delle infezioni a livello locale, soprattutto nel Mezzogiorno, i soggetti infetti vengono esposti a pubblica gogna in nome della salvezza di tutti. Gli

anticorpi del senso comune vengono innescati, ma sono insufficienti a contrastare il combinato fra media *broadcast*, social mainstream, dichiarazioni e atti dell'autorità costituita. L'effetto complessivo è quello di infettare l'opinione collettiva con una rapidità straordinariamente elevata. Il virus immateriale, attraverso le sinapsi costituite dai soggetti connessi, straripa prima nello spazio immateriale e, quindi, nella realtà. L'effetto collaterale è lo stato infiammatorio dell'organismo collettivo, rappresentato dalla *paura*, uno stato oscillante tra picchi di panico e cronico stato di ansia. Paradossalmente, la cura prescritta dalle autorità mediche e politiche è il sintomo stesso. L'isolamento sociale produce maggiore dipendenza dai media interpersonali e, di conseguenza, ancora maggiore contagio. Il caos, inoltre, per meccanismo di difesa alternativo, produce istintivamente un altro effetto collaterale, ovvero il desiderio di protezione regressivo e l'affidamento acritico all'autorità.

DEREALIZZAZIONI

Una conversazione recente e ricca di preziosi spunti tenuta con un esperto ingegnere informatico dell'Università del Salento occupatosi, in passato, di "debunking", ovvero dell'individuazione e dello smascheramento delle *fake news*, ha messo in luce il fatto che tali meccanismi enumerati siano sistemici, ovvero che si propaghino a causa della stessa conformazione dello spazio comunicativo in cui i soggetti agiscono. È da ritenersi, quindi, fuorviante la ricerca delle singole motivazioni dei soggetti propagatori i quali, va detto, in molti casi agiscono ingenuamente. È preferibile, semmai, osservare il fenomeno in sé. Ricorrendo a una metafora, potremmo dire che è inutile ricercare le motivazioni di cento piromani che danno fuoco ai boschi australiani. Questo ci distrae dal constatare che, se i boschi non fossero stati secchi a causa del clima, i piromani non avrebbero mai avuto ragione di esistere. E ci obbliga anche a giungere alla conclusione che sia ridicolo proporre di abbattere i boschi al fine di poter stanare i piromani, allo stesso modo di quanto sia inutile demolire i sobborghi della metropoli al fine di eliminare la devianza. Poiché, se è vero che fra quei vicoli si aggirano la menzogna e l'inganno, è pur vero che insieme ad essi viaggiano il dissenso e la verità.

In questi sobborghi, infatti, così come nelle locande e nelle osterie della Francia rivoluzionaria o dell'Italia prerisorgimentale, si crea la *vox populi*, nonché parte dell'opinione pubblica o, nella nota espressione di Cristante, della *doxasfera*. All'interno di essa, come la calunnia del Barbiere di

Siviglia, il virus immateriale del Coronavirus si sparge sulle ali di un venticello, fino a diventare una pandemia che attraversa i media interpersonali, passa dai social network, infrange gli schermi televisivi, fino a colorare di inchiostro le pagine dei giornali. Quando, infine, giunge la decisione da parte delle autorità di dichiarare la quarantena e sospendere le attività produttive su tutto il territorio dell'Italia settentrionale, preparando il successivo blocco e l'interruzione delle garanzie costituzionali anche su tutto il territorio nazionale - primo Paese in Europa ad adottare tali misure - la diffusione del virus immateriale e il relativo sintomo del panico, sono ormai talmente tanto diffusi che la reazione della popolazione è sostanzialmente acquiescente nei confronti dell'autorità, nonché rabbiosa nei confronti degli untori, ovvero di coloro che *non vogliono restare a casa*.

Chi scrive ha avuto occasione di raccogliere svariati commenti a contatto con molte persone nei giorni della quarantena, sia in Italia che in altri Paesi europei. Le sensazioni più comuni erano quelle di *trovarsi in un film*, oppure di restare sgomenti dinanzi alla differenza marcata fra il tempo effettivamente trascorso dall'inizio della crisi e quello effettivamente percepito (entrambi sintomi di *derealizzazione*, meccanismo mentale di difesa da situazioni ritenute eccessivamente stressanti e non gestibili). «Sembrano essere passati mesi e invece sono passate solo due settimane» era uno dei commenti più frequenti. Solo alcuni, sottovoce, in una dinamica raccontata anche da Manzoni con riferimento all'epidemia di peste bubbonica nella Milano del 1500, provavano a esprimere sottovoce una qualche forma di scetticismo, che immediatamente tendevano a censurare per un meccanismo molto simile a quello descritto dalla teoria della *spirale del silenzio* di Elisabeth Noelle-Neumann. Spaesamento, sensazione di irrealtà, regressione infantile, superstizione, autocensura e perdita della percezione temporale, ricerca compulsiva di informazioni, paranoia, sono fenomeni molto noti alle scienze psicosociali. Seppure nel campo della saggistica politica, Naomi Klein, nel suo *Shock Economy*, li descrive dettagliatamente, a proposito delle reazioni della popolazione in occorrenza di eventi traumatici collettivi. Sono sensazioni comuni riscontrate in Argentina negli anni '70, nell'ex Unione Sovietica del '91, in Iraq nel 2006 o, per restare più vicini, in Abruzzo, subito dopo gli sciami sismici del 2009. Si tratta di reazioni che, tuttavia, molte volte poggiano la loro ragione d'essere su accadimenti reali, direttamente riscontrabili dai cittadini o evidentemente visibili, tranne che per lo shock collettivo seguente agli attentati dell'11 settembre 2001. La peculiarità dello shock relativo al Coronavirus, che lo accomuna alle vicende newyorkesi, è il suo essere un fenomeno prevalentemente - fatta eccezione per le zone di maggiore contagio - mediatico. La viralità della sua dimensione immateriale, tuttavia, a differenza che in passato, viaggia attraverso un medium ibrido,

fra la virtualità dell'informazione e la *carnalità* del dispositivo di propagazione, ovvero lo smartphone, portatore, a sua volta, di un linguaggio molto più invadente e difficilmente analizzabile di qualunque altro medium del passato. Attraverso di esso, la dimensione immateriale del Coronavirus ha potuto avere una potenza di propagazione di molto superiore alla sua controparte biologica, infettando un organismo che è stato indebolito nelle sue difese immunitarie, prima ancora che il virus reale facesse effetto. Utilizzando la metafora narrativa offerta dai modelli sociologici di Geertz, il racconto che la popolazione ha fatto a se stessa, l'ha fatta precipitare in una crisi di panico dalla quale ancora per molto faticerà a uscire e che, nel frattempo, non le permette come collettività di affrontare nel migliore dei modi la sfida reale, biologica e mortale che il virus le ha posto davanti, a meno di non riuscire a trovare l'accesso a quella capacità di resilienza che, da secoli, la accompagna.

Non è compito dell'analista sollevare questioni o riflessioni sugli accadimenti dell'attualità. Le vicende del nostro Paese, attualmente sospeso sulle trame dei libri di storia, che ne narreranno in un modo o nell'altro le vicende molto spesso drammatiche, a tratti grottesche, riguardano altri studiosi. Ma l'obbligo del massmediologo è quello di raccontare se, quanto e come l'opinione pubblica sia manipolabile da parte di flussi di informazioni che non controlla e che, tuttavia, ne inficiano la propria capacità critica o di reazione. In questo caso, ci si trova di fronte la strada aperta a delle riflessioni estremamente importanti. Se, infatti, lo spazio virtuale diventa tanto predominante quanto la realtà ai fini della costruzione dell'individuo e della società, allora diviene sintomatico che l'autorità statale, detentrica del controllo dello spazio fisico, entri in conflitto non solo con i nuclei di potere del cyberspazio ma anche con la società stessa. È un conflitto antico, sebbene combattuto con nuove modalità. Inizia infatti a delinearsi in termini contrattualistici hobbesiani, la probabile necessità della cessione di una quota di libertà in cambio della ridefinizione di un nuovo contratto sociale che regoli le nostre relazioni e le nostre personalità immateriali. Queste potrebbero essere regolate delegando parte della nostra preziosa libertà a un potere burocratico e razionale impersonale (l'*algoritmo*), oppure limitando l'anonimato nella propagazione delle informazioni, allo stesso modo di come in passato è stato fatto regolamentando l'accesso alla telefonia mobile.

In molte aree del pianeta la scelta più facile da parte dell'autorità per il controllo dello spazio virtuale è stato vertere sul controllo centralizzato diretto dei software, degli algoritmi e dei contenuti veicolati, come nel caso del Governo Cinese. Una tentazione che, se già prima era solita entrare quotidianamente nel dibattito politico internazionale, dopo l'esplosione della crisi del Coronavirus, è divenuta per alcuni di stringente attualità. Non a caso, il Governo ultra conservatore ungherese

guidato da Victor Orban, a fronte di un pur molto limitato numero di contagiati da Covid-19, in reazione al panico generalizzato diffuso dai mass media, ha imposto al Paese la quarantena, la detenzione fino a 8 anni per chiunque sia accusato di contrasto all'operato del Governo nella lotta al Coronavirus, la sospensione sine die delle elezioni democratiche e delle attività del Parlamento, l'interruzione di tutte le garanzie democratiche di equilibrio fra poteri, nonché l'istituzione di un non meglio precisato reato, punibile con 5 anni di reclusione, per chiunque diffonda notizie ritenute *false* dal Governo sul Coronavirus (*fonte: corriere.it*). Non è un caso destinato a rimanere isolato all'interno del dibattito politico internazionale. Come sottolineato in un'esauriente analisi di Anne Applebaum, pubblicata il 23 marzo 2020 sulle colonne del *The Atlantic*, le epidemie favoriscono i governi autoritari.³

Inevitabile che tale rigurgito di autorità si rifletta anche nello spazio nel quale il contagio della dimensione immateriale del virus appare più virulento, ovvero nei luoghi immateriali e più impenetrabili della metropoli, senza tenere conto, o proprio tenendo conto, che quello è anche lo spazio nel quale germoglia e può crescere la dissidenza, ora tacciata di eresia e ricoperta dal generico nome di "fake news".

In ogni caso, qualunque strada prenda e a prescindere dalla resistenza o meno degli istituti democratici, resta l'innegabilità di un conflitto fra tecnica e società che, giorno dopo giorno, necessita di essere risolto. Resta da capire e decidere come. Così come il morbo della Tebe di Edipo, chiarisce l'oracolo, aveva origine e ragione all'interno delle mura della città stessa, allo stesso modo la capacità di distorsione dell'opinione pubblica ad opera di messaggi inquinati (il *morbo* del cyberspazio), risiede nella sua stessa struttura. Compito del sovrano, ora come allora, è di estirparlo, senza privarsi egli stesso degli occhi come Edipo, nello stesso tempo facendo salve l'anima e la libertà della città.

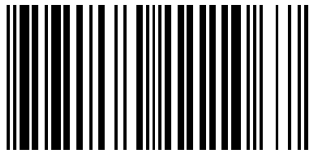
³ Riportiamo qui di seguito un estratto significativo dell'articolo citato, consultabile in italiano nella traduzione proposta dalla rivista Internazionale (visionabile al link <https://www.internazionale.it/opinione/anne-applebaum/2020/03/28/epidemie-governi-autoritari>): «Non c'è niente di nuovo nell'improvviso entusiasmo per un intervento aggressivo del governo durante una crisi sanitaria. Nel corso della storia le pandemie hanno regolarmente provocato un'espansione dei poteri dello stato. [...] La paura ha sempre spinto le persone a rispettare le regole. D'altronde in un momento in cui la popolazione è terrorizzata dalla morte, è inevitabile che tenda ad accettare provvedimenti che ritiene salvifici, a torto o a ragione. Anche se questo significa perdere la propria libertà. Questo tipo di misure ha avuto grande successo in passato. I liberali, i libertari, i democratici e gli amanti della libertà di ogni specie farebbero meglio a rassegnarsi. Sarà così anche questa volta»

BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

- **Beck, U.**, 2000, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma, Carocci.
- **Bennato, D.**, 2007, *Individualismo reticolare e socialità virtuale. Cenni sul problema delle relazioni sociali mediate da internet*, in V. Giordano, S. Parisi, a cura, *Chattare. Scenari della relazione in rete*, Meltemi, Roma, pp.159-178.
- **Bründl, S., Hess, T.**, 2016, *Why do users broadcast? Examining individual motives and social capital on social live streaming platforms*, Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS).
- **Caligiuri, M.**, 2019, *Come I Pesci nell'Acqua. Immersi nella disinformazione*, Catanzaro, Rubbettino Editore
- **Cristante, S.** (a cura di), 2018, *L'onda anonima*, Milano, Meltemi.
- **Foucault, M.**, 1997, *L'archeologia del sapere. Una metodologia per la storia della cultura*, Milano, RCS.
- **Gadamer, H. G.**, 2000, *Verità e metodo*, Milano, Bompiani.
- **Geertz, C.**, 1987, *Interpretazioni di Culture*, Bologna, Il Mulino.
- **Horkheimer, M., Adorno, Th. W.**, *Pregiudizio e carattere* in *La società di transizione*, Einaudi, Torino 1979.
- **Jenkins, H.**, 2006, *Cultura convergente*, Milano, Apogeo.
- **Klein, N.**, 2002, *The Shock Doctrine*, London, Penguin Books.
- **Meyrowitz, J.**, 1995, *Oltre il senso del luogo, come i media influenzano il comportamento sociale*, Bologna, Baskerville.
- **Mercier, A.**, 2018, *Fake news et post-vérité: tous une part de responsabilité!*, in *Fake news et post-vérité*, The Conversation, giugno 2018.
- **Negroponte, N.**, 1995, *Essere digitali*, Milano, Sperling&Kupfer.
- **Rainie, L., Wellman, B.**, 2019, *The Internet in Daily Life. The Turn to Networked Individualism*, in *Society and the Internet: How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*, Oxford University Press
- **Thompson, J. B.**, 1998, *Mezzi di comunicazione e modernità*, Bologna, Soc. Ed. Il Mulino.
- **Wellman, B.**, 2004, *Connecting Communities: on and off line*, Volume: 3 issue: 4, page(s): 22-28, November 1, 2004

SITOGRAFIA

www.brand24.com
www.buzzsumo.com
www.corriere.it
www.theatlantic.com
<http://trends.google.it>



9791280111067