

INFOSKIZODEMIA E SCOMPARSA DELLA REALTÀ

EUGENIO IORIO, CHIARA SOMMA
UNIVERSITÀ SUOR ORSOLA BENINCASA – NAPOLI;
CENTRO STUDI DEMOCRAZIE DIGITALI

Abstract – We live in a digital shitstorm (Nagle, 2018), a general form of communication in the infosphere which has deactivated the universalism of reason, led to a lack of sensitivity, and destroyed the foundations of ethical behavior.

In this ‘information war’, nation-states are overwhelmed by the techno-elite of neoliberalism. The conquest and domination of human minds occur within the simulacrum of reality, in which it is difficult to distinguish between true and false stories. This mutation interferes with the sensitive decoding systems, creates emotional disorders, affects the collective mind, and the forming of opinions, in a ‘dromological’ acceleration of information and anxiogenic attention overload.

The COVID-19 pandemic has unleashed a so-called ‘infoskizodemic’ not only through online platforms like Facebook and YouTube but also through the market – with an avalanche of misleading 24-hour ads, fake news, conspiracy theories, and much more. COVID-19 was also a semiotic virus (Rushkoff, 1994; Brodie, 1994) in the psychosphere lands, a “collective organism, the planetary body, the hyperconnected mind subjected for three decades to the uninterrupted tension of competition and nervous hyperstimulation, to the war for survival, to metropolitan loneliness and sadness”.

In an era driven by information, “schizo” is the adjective used to express the intrinsically turbulent, acentric, and multidirectional character of desire (Deleuze, Guattari 1972).

Schizophrenia, from a similar point of view, appears to be the pathology that best expresses the barbaric layer of desire. Infoskizodemia is a viral diffusion device that propagates in the social brain and, as such, should be understood as a pathway of a mutation of cognitive, perceptual, and mnemonic activity.

The infosphere is also a psychosphere: as a mental ecosystem subject to biopower, it produces schizophrenia, performing the social role of men.

Keywords: infosphere, simulacrum of reality, media virus, infoskizodemic

La tempesta di merda – *shitstorm*, termine coniato dal filosofo Byung-Chul Han (2014) – è la forma generale della comunicazione nell’infosfera ipersaturata. Questa tempesta di merda digitale (Nagle 2018) sta modificando velocemente l’infosfera (Toffler 1980, Floridi 2009) e la capacità cognitiva, percettiva e mnemonica dell’umanità. Il primo uso documentato della parola infosfera è ad opera dell’economista Kenneth E. Boulding. Successivamente il termine è utilizzato sul *Time* in una recensione del libro *The sweetmeat saga* di C.F. Graveson da R.Z. Sheppard, che scrive “In much the way that fish cannot conceptualize water or birds the air, man barely understands his infosphere, that encircling layer of electronic and typographical smog composed of clichés from journalism, entertainment, advertising and government” (Sheppard 1971).

Nel 1980 è stato utilizzato da Alvin Toffler nel suo libro *The Third Wave* in cui scrive:

What is inescapably clear, however, whatever we choose to believe, is that we are altering our info-sphere fundamentally. We are not merely de-massifying the Second Wave media, we are adding whole new strata of communication to the social system. The emerging Third Wave info-sphere makes that of the Second Wave era—dominated by its mass media, the post office, and the telephone—seem hopelessly primitive by contrast. (Toffler 1980, p. 172)

La definizione di Toffler si rivelò profetica poiché l’uso del termine infosfera negli anni Novanta si espanse oltre i media per speculare sull’evoluzione comune di internet, della società e della cultura. Luciano Floridi, sulla base della biosfera, indica l’intero ambiente informativo

costituito da tutte le entità informative (compresi quindi anche gli agenti informativi), le loro proprietà, interazioni, processi e relazioni reciproche.

L'infosfera è un ambiente paragonabile, ma diverso, dal cyberspazio poiché include anche spazi informativi off-line e analogici. Il termine indica la globalità dello spazio delle informazioni e di qualsiasi sistema in grado di interagire con esso. L'infosfera è l'intero ambiente informazionale delle reti globali, habitat finale per la mente umana, generato dalle tecnologie digitali, in cui gli utenti si trovano immersi e condizionati dalle logiche di influenza degli algoritmi di funzionamento.

Nei primi anni Novanta i pensatori cyber utopici prevedevano l'avvento di una infosfera che avrebbe migliorato la società; in essa le vecchie strutture gerarchiche degli affari e della cultura sarebbero scomparse. L'ideologia californiana del cyber utopismo, descritta da Richard Barbrook e Andy Cameron (1995), è un insieme di credenze che coniugano atteggiamenti *bohémien* e di dissenso specifici della controcultura degli anni Sessanta col sostegno alle politiche economiche neoliberaliste. Questa associazione apparentemente contraddittoria è stata promossa dai mezzi d'informazione di massa.

Nella nuova utopia digitale, secondo gli autori, ognuno sarà alla moda e ricco. Queste credenze sono ritenute da alcuni come caratteristiche della cultura del settore della Information Technology della Silicon Valley e della costa occidentale degli Stati Uniti durante la bolla delle *dot-com* del 1990. Tra gli esperti che hanno previsto l'arrivo dell'età dell'informazione troviamo Alain Touraine con *La Société post-industrielle*; il politico di origine polacca Zbigniew Brzezinski con *Between Two Ages*; il sociologo statunitense Daniel Bell con *The Coming of the Post-Industrial Society*; il saggista statunitense e futurologo Alvin Toffler con il già citato *The Third Wave*; i due alti funzionari francesi Simon Nora e Alain Minc con il rapporto denominato *L'informatisation de la société* noto anche col nome di *Rapporto Nora-Minc*; e infine il pioniere delle scienze sociali Ithiel de Sola Pool con *Technologies of Freedom*. La visione in comune è che con la rete si possa stabilire una nuova democrazia nel senso in cui viene intesa da Thomas Jefferson, nella quale ognuno è libero di esprimersi (in rete). Tale visione dipende anche dal fatto che alcune persone decidano di ignorare gli aspetti meno positivi della costa occidentale degli USA: il razzismo, la povertà e il degrado ambientale.

Il concetto di cyber-utopia, così come viene tracciata da Pierre Lévy nel suo *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio* – tradotto per Feltrinelli nella collana Interzone che in Italia ha supportato il diffondersi del tecno-utopismo connesso a internet – ha la funzione positiva di favorire uno spirito critico perché spinge a confrontare il reale con un universo di valori possibili e questo contro “il nichilismo scettico, postmoderno e paranoico che impera nella maggioranza dei mass media e delle università” (Lévy 1999, p. 22).

In effetti, l'affermarsi delle tecnologie digitali connettive costituisce per Lévy la premessa per un accrescimento economico, culturale, politico che si associa all'emergere di un movimento sociale sospinto da una tecno élite cyber culturale. Essa dà forma ad un progetto di diffusione e allargamento planetario che ha una sua tensione ideologica nell'intelligenza collettiva e nelle comunità virtuali.

Ripercorrendo il pensiero dominante su internet ritroviamo una perfetta sintesi di questa utopia negli scritti di autori come Howard Rheingold, Sherry Turkle, Kevin Kelly, David Weinberger, Clay Shirky, Jeff Jarvis o Yochai Benkler.

È l'utopia cibernetica nella sua versione “cyber connettiva”, che genera una narrazione fatta di comunità virtuali, di accesso permanente e condiviso del sapere, di tecno-democrazia sospinta da un egualitarismo digitale e da un libertarismo espressivo che talvolta sembra determinato dalla tecnologia di rete in sé e dalle sue proprietà informatiche. Spesso abbiamo a che fare con una narrazione sociale consolatoria che ha le sue basi nella cyber utopia.

La natura salvifica della Rete è esaltata, in particolare, nella deriva che assume attorno al concetto di “comunità virtuale” che tenta di rinsaldare paradossalmente la modernità più

avanzata con le forme sociali di solidarietà organica premoderne. E al contempo con atteggiamenti culturali che definiscono un contesto discorsivo su internet caratterizzato da opposizioni del tipo beatificazione vs. demonizzazione, che enfatizzano il ruolo escatologico della tecnologia rispetto alla nostra società, influenzando l'immaginario di questa nostra tarda modernità.

Si tratta, ancora una volta, di un'esaltazione della natura metafisica della *téchne* che ha la stessa matrice dei discorsi introdotti dal principio di de-materializzazione dell'utopia della simulazione.

La visione cyber utopica – come ideologia liberatoria associata al diffondersi della rete internet e delle possibilità comunicative connesse – esaurisce la sua spinta propulsiva nel momento in cui la penetrazione ubiquitaria delle tecnologie di comunicazione digitale tocca la routine del mondo della vita quotidiana e in cui il progetto di globalizzazione politica ed economica dell'occidente a capitalismo avanzato rivolge il suo sguardo alla Rete come strumento di esportazione liberale della democrazia. Eppure, come dice la filosofa della scienza Deborah Johnson, non esistono tecnologie neutre, i sistemi sono *socio-technical systems* e la relazione tra tecnologie e società è quella di *co-shaping* si plasmano a vicenda. Quando i sistemi vengono progettati incorporano i valori (dei progettisti, del contesto storico, etc.) nella tecnologia; d'altra parte, quando la tecnologia comincia ad essere usata plasma a sua volta la società (Johnson 1985).

Dopo i primi anni del decennio 2010, con la Primavera Araba, il Movimento Occupy e il nuovo *hacktivism* – apparsi come un'età d'oro progressiva dell'impegno politico online – uno sgradevole tipo di cultura di internet ha guadagnato terreno negli ultimi anni così come Angela Nagle ha descritto: “l'emergere di questo nuovo diritto online è la piena realizzazione di uno stile antimorale trasgressivo, il suo definitivo distacco da ogni filosofia egualitaria di la sinistra o la morale cristiana della destra” (Nagle 2018, p. 39).

Nel 2006, Andrew Keen descrisse il Web 2.0 come un “grande movimento utopico”, simile a una “società comunista”, nel modo in cui quest'ultima viene descritta dal filosofo ed economista Karl Marx. Keen nota come il linguaggio degli imprenditori del settore informatico sia cambiato da termini come *cool* (figo), *eyeballs* (letteralmente bulbo oculare, significa fissare qualcosa, dedicargli tutta la propria attenzione), e *burn-rate* (la quantità di denaro necessaria a una startup per rimanere in piedi) vengono sostituite da espressioni militanti e assurde come *empowering citizen media* (dare più potere ai mezzi di informazione gestiti dai cittadini), *radically democratize* (permettere una gestione molto più democratica di qualcosa), *smash elitism* (colpire i comportamenti che favoriscano le élite), *content redistribution* (redistribuzione dei contenuti), *authentic community* (comunità autentica). Keen vede il Web 2.0 come un'ideologia che venera il creativo della domenica, come chi nel tempo libero fa filmati, canta canzoni o scrive libri. Viene suggerito da tale ideologia che chiunque, anche la persona più ignorante e meno alfabetizzata, possa e debba usare i mezzi digitali per esprimersi e realizzarsi (2006).

Eppure, i cyber pensatori utopisti dei primi anni Novanta non si sbagliavano: internet ha davvero il potenziale per essere una fonte di cosmopolitismo positivo, inteso in senso filosofico-normativo, descrittivo o processuale, e può facilitare entrambe le conversazioni translocali su questioni globali e il decentramento del discorso, consentendo la partecipazione di un più ampia varietà di agenti e (sotto)culture in discussione. Ma cosa è accaduto?

La definitiva affermazione delle tecnologie digitali, nel solco di quella che Manuel Castells definisce *Mass-Self-Communication* (Castells 2007), ha oramai sancito la centralità dell'utente all'interno della dinamica di questi flussi: orientandosi con disinvoltura tra vecchi e nuovi media e attingendo indifferentemente da questi sulla base delle proprie esigenze estemporanee, l'utente compone i propri palinsesti personali, scegliendo i contenuti sulla base del proprio interesse secondo i tempi e i modi a lui più consoni, assecondando i suoi gusti, i

suoi desideri e i suoi bisogni, finendo per organizzare una miscela di consumi mediatici a misura di se stesso (Iorio 2016). Si tratta, a ben vedere, di una dinamica che arriva a sovvertire lo stesso modello elementare della comunicazione secondo cui il ricevente è l'elemento che recepisce il messaggio, ma non è il diretto interessato, mentre il destinatario è la persona a cui il messaggio è rivolto.

L'inedito processo di autoproduzione di contenuti e palinsesti a cui stiamo assistendo ridisegna, in effetti, un nuovo scenario in cui l'individuo si specchia nei media (ne è il contenuto) creati dall'individuo stesso (che ne è anche il produttore), in un gioco autoreferenziale di riflessi, arrivando de facto a cedere agli altri il solo ruolo di spettatore. Basti guardare alle logiche intrinseche dei processi comunicativi in atto nel contesto ambientale dei Social Network: il destinatario di un qualsiasi atto comunicativo, attivo o passivo che sia, è relegato al solo ruolo di pubblico potenziale di una narrazione alla quale può rispondere - qualora non ne resti indifferente - con un "mi piace" o "non mi piace". Un'esile logica binaria, sostenuta dalla stessa architettura del *medium*, che facilita la polarizzazione emotiva e finisce per spazzar via qualsiasi contributo attivo da parte dei soggetti coinvolti nel processo di comunicazione - mittente e destinatario - nella costruzione di senso. Questo comportamento supera la dimensione gerarchica che attribuiva alle fonti tradizionali il ruolo, insostituibile ed esclusivo, di emittenti dei messaggi professionali e autorevoli dell'informazione *mainstream*, sostituita dalla prassi dell'autocomposizione delle fonti nell'ambiente web e da una matrice di flussi continui di informazioni propagate in una dimensione orizzontale.

La rivoluzione dell'informazione sta modificando non solo il nostro modo di interagire con il mondo, ma anche la comprensione di noi stessi: non siamo entità isolate, ma organismi informativi interconnessi, *inforgs*, che condividono con agenti biologici e artefatti ingegnerizzati un ambiente globale costituito in ultima analisi dalle informazioni, quale l'infosfera. Deleghiamo o esternalizziamo in misura crescente ad agenti artificiali ricordi, emozioni, decisioni, compiti di routine e tante altre attività con modalità tecnologiche che sono sempre più integrate nelle nostre vite.

Nell'ambiente globale dell'infosfera agenti biologici e artefatti ingegnerizzati, costantemente interconnessi fra loro, interagiscono trasversalmente alle dimensioni reali e digitali.

Questi agenti, definiti *inforgs*, possono essere sia persone fisiche che scambiano informazioni con altre persone attraverso i propri dispositivi tecnologici, oppure soggettività, che interagiscono con risorse informazionali artificiali (più o meno intelligenti) accessibili in rete e finalizzati alla gestione e alla condivisione dell'informazione. Ma possono essere anche gli stessi agenti artificiali informativi che, in modo automatico, interagiscono fra di loro per condividere dati e informazioni (Iorio 2018).

L'impetuoso avvento delle tecnologie digitali testimonia l'ingresso in una nuova fase storica.

Viviamo una società complessa e instabile, caratterizzata dalla saturazione del tempo di attenzione e dalla frammentazione dei media, che agiscono in maniera pervasiva, determinando il fenomeno del sovraccarico informativo (*information overload*).

L'affidabilità di una "fonte informativa", la determinazione del grado di fondatezza di una notizia in sé, la coerenza di una notizia con il patrimonio informativo accumulato e accettato per valido, le motivazioni della scelta tra ragionevoli spiegazioni contrastanti sono tutti argomenti di evidente natura epistemologica, così come lo è l'analisi critica della matrice usata per la valutazione delle notizie. L'autorevolezza della professione di giornalista si basa su questo: affiancare alle "notizie nude e crude" (le *hard news*) una serie di opinioni di analisi (le *news analysis*) che sostengano il lettore nel formarsi una propria opinione. Nei nostri giornali questo già avviene: i commenti politici occupano da noi uno spazio considerevole a fronte di notizie date in modo poco corretto e incompleto. Come ci insegna il filosofo Karl Popper, la

maturazione della conoscenza nella nostra mente è composta da due fattori: la percezione della realtà (i fatti) e il quadro mentale nel quale si collocano i nuovi eventi (le interpretazioni).

Il crollo dell'autorevolezza e delle gerarchie, della credibilità e dell'attendibilità delle fonti classiche, il processo di autocomposizione dei palinsesti informativi da parte dell'utente, nonché la nuova relazione che intercorre tra gli individui digitali, che si configurano in semplici utenti, produttori e distributori di contenuti, porta al crollo sistemico dell'intermediazione e alla conseguente definizione di un fenomeno chiave per la comprensione dell'infosfera: la disintermediazione. In questo modo, le opinioni si sostituiscono ai fatti, determinando una disarticolazione del rapporto tra individui e istituzioni.

In questo nuovo sistema emerge la difficoltà di facoltà critica ed esperienziale nel distinguere il reale dal falso, cui si contrappone un'accelerazione del tempo mentale senza precedenti, che enfatizza i tratti dell'iperattività, della transitorietà e dell'incertezza, che sono tipici dell'era postmoderna in cui lo scontro geo-economico è diventato, nel corso degli ultimi venticinque anni, la base delle attuali relazioni interstatali e dei mercati globali.

Nazioni e aziende multinazionali sono stati costretti ad affrontare la concorrenza globale in modo tale da ottenere il miglior risultato possibile in termini di profitti, di sviluppo e di ricchezza.

Per far ciò hanno necessitato e necessitano del bene primo, ovvero dell'informazione, che, come già ampiamente previsto da Friedrich von Hayek e Ludwig von Mises, è diventato il bene strategico più ricercato. Inoltre, oggi, media, internet, e social network garantiscono flussi informativi che, anche in assenza di notizie, danno comunque ai decisori politici e/o finanziari la possibilità di assumere responsabilità a volte conducendo appositamente ad errori e crisi.

Le dinamiche in atto nell'infosfera – opinioni polarizzate, *emotional sharing*, effetti cognitivi derivanti dall'*information overload*, *fake news*, cascate reputazionali – ben si prestano a definire lo scenario perfetto su cui implementare strategie di gestione della percezione (*perception management*) in ambito di una guerra economica di informazioni (*economic information warfare* - EIW)¹. In questa guerra di informazioni, in cui gli stati-nazione sono sopraffatti dalla tecno-élite del neoliberismo, la conquista delle menti degli umani e il loro dominio avviene all'interno del simulacro della realtà (Baudrillard 1981), in cui vero e falso si confondono.

Esiste una guerra di informazioni per il dominio dell'infosfera, che ha creato i presupposti di un "dibattito impossibile", siamo connessi alle piattaforme del capitalismo e della sorveglianza, circondati da un infinito flusso di informazioni superflue in cui giornalisti, tecnici, politici, politologi, diplomatici, agenzie di influenza "guerreggiano per vincere il dibattito" 24 ore su 24 gettando una confusione allucinante sullo stato della nostra società dove l'unico effetto è lo smarrimento e la supremazia dei *bias* cognitivi.

Il capitalismo delle piattaforme, protagonista indiscusso dell'era globalizzata, prende piede da un nuovo mercato, quello dei comportamenti futuri, in cui algoritmi, automatismi e tecnologie lavorano senza sosta soppesando domanda e offerta di informazione, e dando vita a un'agguerrita battaglia per il controllo e il commercio di un nuovo petrolio: i dati.

¹ L'*Economic Information Warfare* mira a bloccare i canali di comunicazione e di informazione di rilevanza economica nemici, al fine di garantire la propria supremazia. È noto a tutti come in guerra anche le attività produttive del tutto normali in tempo di pace assumano particolare rilevanza strategica: dall'industria alimentare a quella meccanica, si passa oggi a tutte quelle attività di analisi e scambio di informazioni economico-finanziarie di vitale importanza per un Paese. Ancora una volta, il principale terreno d'azione è il web che, da un lato, ha modernizzato, velocizzato ed ottimizzato i sistemi di gestione dati, ma, dall'altro, li ha resi anche più vulnerabili ad attacchi di nuova generazione (si pensi ad un hacker che violi i database di una banca o ad un attacco elettromagnetico in grado di distruggere potenti calcolatori e tutti i dati in essi contenuti).

Lo spazio cibernetico, ambiente artificiale e frutto per eccellenza dell'attività umana, è divenuto cruciale per il potere nel XXI secolo, che inaugura una nuova dimensione della conflittualità.

L'Economic Information Warfare (EIW), nello scenario iper-competitivo e accelerato internazionale, definisce le forme di una guerra civilizzata senza alcuna connotazione militare, condotta per e tramite le informazioni, trasformandosi in una violenza senza limiti condotta attraverso minacce trasversali.

La pervasività delle Information Technology, nonché la crescente interconnessione e interdipendenza raggiunta a vari livelli – politico, economico, sociale, finanziario e militare – dei Paesi tecnologicamente avanzati, fa emergere un intrinseco *trade-off* tra informatizzazione e sicurezza, degenerando nella più perniciosa delle vulnerabilità.

Il tipo di armi non militari utilizzate per combattere, definite *Information Operation* (IO)², così come gli obiettivi presi di mira, rende i sistemi civili i nuovi centri di gravità da dover proteggere da un nemico spesso “invisibile”, all'interno di un ambiente sempre più sfumato e asimmetrico. Il nuovo conflitto prende le sembianze di una vera e propria guerra psicologica, o guerra cognitiva, che si muove nel regno del percepito attuando manipolazioni, influenza e inganno, a cui nessuno è potenzialmente immune. La lotta per la gestione della percezione, o *perception management*, intrapresa da tutti gli attori coinvolti, statuali e non, si presta alle nuove dinamiche del consenso e dell'acquiescenza, sfruttando le vulnerabilità collettive e imponendo una narrativa delirante, al fine di padroneggiare domini economici, politici e sociali.

È attraverso l'immaginario e la memoria collettiva che tutte le società, nei secoli, hanno costruito la propria proiezione verso il futuro e la propria percezione della realtà, in un processo costituente e fondante, simbolico e rituale. I dispositivi delle tecnologie dell'infosfera colonizzano l'immaginario attraverso la cancellazione della memoria, i sistemi dei segni, i patrimoni di significati, di stereotipi rappresentativi di immagini, sia del presente che del passato e l'imposizione di nuovi segni, di nuove immagini e di una nuova lingua. Per questo l'infosfera, fatta di ambienti narratologici, è il luogo per eccellenza della guerra di informazione.

Il termine “guerra di informazione”, in uso da diversi anni, descrive qualsiasi forma di guerra incentrata maggiormente sull'informazione, che nel XXI secolo sta diventando sempre più comune.

La guerra di informazione è antica quanto il genere umano, ma i metodi e il significato della sua applicazione oggi sono totalmente nuovi.

Nell'era digitale, l'informazione, come dimensione del conflitto e della competizione, è il nuovo campo di battaglia su cui si concentreranno tutti gli sforzi dei sistemi di sicurezza degli attori statuali e non statuali. L'informazione in sé non è un'arma di guerra, ma è piuttosto il dominio informazionale, da essa scaturito, a diventarlo. Gli obiettivi di una campagna offensiva di guerra di informazioni sono quelli di negare, corrompere, degradare o distruggere le fonti di informazioni del nemico sul campo di battaglia. Facendo così con successo, pur mantenendo la sicurezza operativa delle proprie fonti di informazione, è la chiave per ottenere “superiorità informativa”, cioè la capacità di vedere il campo di battaglia mentre il tuo avversario non può.

L'infosfera è divenuta a tutti gli effetti un campo di battaglia e la comunicazione conta quasi esclusivamente nella sua dimensione pragmatico-operativa. La capacità performativa di creare effetti di realtà ha surclassato la realtà. Codici, immagini e segni determinano, infatti, le

² Information Operations (IO) o Influence Operations è un termine di origine militare usato nell'ambito della sicurezza nazionale, in italiano attività di influenza intraprese da attori organizzati (governi o attori non statali) per distorcere il sentimento politico, locale o straniero, più frequentemente per ottenere un risultato strategico o geopolitico.

identità degli individui e il modo di relazionarsi agli altri: la realtà intorno a noi si è dissolta, o amplificata, in una iper-realtà dove il sistema di segni sostituisce la fisicità delle merci e le dissocia per sempre dai bisogni al cui soddisfacimento avrebbero dovute essere finalizzate.

In linguistica il segno si compone di un significante e di un significato. Tra significante e significato non vi è un rapporto necessario, ma convenzionale. A sua volta il segno fa riferimento ad un referente, un soggetto reale. Oggi tutti i processi comunicativi tagliano via ogni relazione tra segno, referente e realtà. Il segno fluttua liberamente staccato da ogni riferimento al reale, con l'unico obbligo di circolare liberamente. L'iper-reale precede e costituisce il reale. L'immagine virtuale non è più copia di una realtà esterna, ma l'unica forma di realtà a cui fare riferimento. L'immagine virtuale non si è limitata a colonizzare il nostro immaginario, la sua influenza ricade anche sulla comunicazione e sull'informazione provocandone una radicale trasformazione. Vedere con i propri occhi è stato sempre sinonimo di oggettività.

Le nuove tecnologie digitali permettono la manipolazione dell'immagine, già allo stadio della sua formazione. In un futuro in parte già presente le immagini non saranno necessariamente vere. L'evidenza come criterio di verità ha perso ogni significato. L'immagine è un prodotto autonomo, sintetico, completamente indipendente dal reale, puro frutto della creatività umana. Ciò non può essere privo di conseguenze culturali, la prima delle quali è l'indifferenza nei confronti del vero. Le nuove tecnologie rendono intercambiabili falso e vero, almeno a livello percettivo. L'inflazione di un'apparente verità frutto di simulazione priva la verità del suo aspetto sacrale.

Oggi la comunicazione può essere contraddittoria, senza per questo scandalizzare il suo uditorio. L'onda di risentimento aggressivo che ha travolto la democrazia deriva anzitutto dalle condizioni di impotenza politica e di impoverimento sociale, ma non si spiega pienamente se non come effetto della mutazione che investe il linguaggio, l'inconscio e l'auto percezione per l'illimitata intensificazione dell'info stimolazione e dell'info simulazione (Berardi Bifo 2018).

La mutazione interferisce con i sistemi di decodifica sensibili, produce disturbi dell'emozionalità, incide nella predisposizione della mente collettiva (Carr 2011) e nella formazione dell'opinione, in una accelerazione dromologica (Virilio 1977) del tempo informativo e del sovraccarico ansiogeno dell'attenzione.

Internet ha, di fatto, cancellato le distanze, proiettando l'umano fuori dello spazio, nella virtualità di una nuova dimensione che annienta i territori, trasferisce in una realtà aumentata dove vince l'attimo, una corsa il cui fine sembra raggiungere e superare se stessa. Immobile resta il potere, esercitato, secondo Virilio (1975) da coloro che regnano sulla velocità, controllano quella degli altri e squalificano socialmente i localizzati, coloro che restano fermi.

Una piccola percentuale della popolazione mondiale è stata contagiata dal Coronavirus ma circa il 99,99% è stato "infettato" dall'infodemia, ovvero dall'epidemia di informazioni sull'argomento, alcune accurate e altre meno, che alimentano preoccupazioni a livello globale. L'infodemia è il vero motore della crisi sui mercati finanziari perché essa crea uno shock di fiducia, trasformando una crisi sanitaria in una finanziaria. Il 2020 ha aperto una fase di profonda crisi e incertezza. Dallo scoppio della nuova epidemia di Sars-Cov-2 (Covid-19), partita dalla Cina negli ultimi mesi del 2019 e trasformatasi ben presto in una pandemia globale, il mondo intero si è trovato alle prese con un'emergenza sanitaria, economica e sociale, senza precedenti. La pandemia da Covid-19 ha prodotto immediatamente la sua infodemia: le informazioni false, manipolate o non verificate hanno iniziato a correre e a diffondersi molto più efficacemente del virus, agevolate da una psicosi di massa e da un'opinione pubblica globale alle prese con un'agenda mediatica monotematica, concentrata ossessivamente solo sul virus. Ciò comporta un'attenzione sovralimentata all'informazione e ai suoi canali, in un clima di paura, ansia e impotenza in cui diventa fondamentale l'aggiornamento delle *timelines*, nella spasmodica ricerca di soluzioni e di colpevoli.

Il termine prende origine dall'inglese *infodemic*, a sua volta composto da info(rmation) – (informazione) – ed (epi)demic – (epidemia). Secondo quanto documentato da Licia Corbolante nel suo blog Terminologia etc.³, in inglese *infodemic* è una parola d'autore, coniata da David J. Rothkopf, che ne ha trattato in un articolo comparso nel quotidiano *Washington Post* nel 2003.

Già nei testi di Franco Berardi Bifo, filosofo, nel 1985, si ritrovano i concetti di “infovirus” – come malattia di una mutazione delle attività cognitive – e di “epidemia mentale”. L'infosfera, in quanto ecosistema mentale, produce e modifica le condizioni dell'attività cognitiva, l'attività di proiezione e percezione, dunque l'essere sociale dell'uomo. Ma la nozione dei media come virus attinge a una discussione più ampia, nata negli anni Novanta, in cui si paragonano i sistemi di distribuzione culturali ai sistemi biologici. I virus più virulenti oggi sono composti da informazioni.

Un'infodemia non è la rapida diffusione di semplici notizie attraverso i media, né è il semplice pettegolezzo su voci, gossip e false dicerie. Si tratta di un fenomeno complesso causato dall'interazione di media *mainstream*, media specializzati e siti internet; e media "informali", vale a dire telefoni senza fili, messaggi di testo, sistemi di messaggistica, e-mail, post sui social media, che trasmettono tutti una combinazione di fatti, voci, interpretazione e propaganda. Coinvolge i consumatori di informazioni che vanno dai funzionari ai cittadini privati che hanno diverse capacità di vedere l'intero quadro delle informazioni, vari gradi di sofisticazione su cosa fare con le informazioni che hanno, poca opportunità per verificare i dati prima di agire su di essi e poca o nessuna formazione per comprendere o controllare il quadro delle informazioni in rapida evoluzione.

L'infodemia, infatti, non si traduce semplicemente nell'*information overload*, per cui ad essere in sovrabbondanza – cioè, ad essere molte di più di quante possano essere fisiologicamente vagliate dall'attenzione del singolo utente – sono solo notizie, informazioni e fonti ma, anche e soprattutto, le voci parimenti attendibili e con (quasi) uguale credibilità a cui poter dare ascolto.

Ancora, dall'emergenza Coronavirus, specialmente in Italia, sono comparsi sulle più importanti testate nazionali e su tutte le reti dichiarazioni e pareri di esperti virologi, epidemiologi, direttori di istituti di ricerca all'avanguardia, spesso completamente discordi nei contenuti e rispetto al livello d'allerta (molto più forte al Nord che al Sud, ad esempio) necessario da parte del Paese e dei singoli cittadini. In questo caso, non si tratta di mettere in dubbio la validità e la credibilità professionale delle dichiarazioni singolarmente considerate, ma di valutare, nel complesso, la confusione e la frammentazione che hanno contraddistinto l'informazione sul tema.

Il giornalismo tradizionale, accentuando i caratteri dell'iper-specializzazione e della tematizzazione, ha avuto il grosso della responsabilità in questo senso. Ecco perché l'infodemia non può neanche tradursi solo in quanto disinformazione, come molte definizioni del termine hanno provato a fare. Nell'eccessivo numero di informazioni che circolano nei momenti di crisi, infatti, possono esserci – ed è, anzi, altamente probabile che ci siano – un gran numero di bufale, notizie liberamente manipolate o semplicemente non verificate, ma non sono né indispensabili perché si possa parlare di epidemia di informazioni, né le uniche responsabili della stessa. Le notizie vere, i dati ufficiali, quelli forniti da testate tradizionalmente affidabili, se in quantità esorbitante e in produzione incessante, bastano già da soli a creare infodemia. Inoltre, la diffusione di informazioni false o fuorvianti sta avendo effetti reali e negativi sul consumo pubblico di notizie.

Nel sottobosco delle sottoculture di internet, nascono le tecniche per sfruttare l'attuale ecosistema mediatico per manipolare le cornici delle notizie, impostare gli ordini del giorno e

³ <http://blog.terminologiaetc.it/2020/02/03/significato-definizione-infodemia>.

diffondere idee. Le agenzie di influenza sviluppano tecniche di “*hacking dell’attenzione*” (Iorio, Costantini et al. 2016) per aumentare la visibilità delle loro idee attraverso l’uso strategico di social media, *meme* e *bot*, nonché prendendo di mira giornalisti, blogger e influencer per aiutare a diffondere contenuti.

La dipendenza dei media (*mainstream*) dai social media, dall’analisi e dalle metriche, dal sensazionalismo, dalla novità sull’attendibilità e dal *clickbait* li rende vulnerabili a tali tecnologie.

La manipolazione dei media contribuisce a diminuire la fiducia, aumenta la disinformazione e crea un’ulteriore radicalizzazione e polarizzazione.

Una copertura mediatica totale e totalizzante così intesa contribuisce a rendere fatti di cronaca che riguardano contemporaneamente molte persone, piuttosto cruenti o con impatto non indifferente sulla vita associata di un paese, perfettamente notiziabili.

Davanti alle emergenze, in effetti, gli addetti ai lavori tendono a impostarsi secondo la copertura in tempo reale, nemica dei tempi fisiologici per la verifica delle fonti e a trasformare ogni fatto-notizia in una *breaking news* in costante aggiornamento o, ancora, di ricondurre ogni accadimento al tema di giornata (in un meccanismo detto tecnicamente tematizzazione), insistendo su aspetti particolarmente sensazionalistici, che poco hanno da offrire al discorso pubblico e molto solleticano invece lo *human interest*⁴. Non informazione, dunque, ma storie ricche di informazioni.

Storie e narrazioni che hanno la volontà di semplificare l’era della complessità in cui viviamo: quando il livello di tecnicismo si alza, quando cioè le notizie riguardano grandi questioni e temi scientifici che, per essere comunicati correttamente richiederebbero esperienza elevata nel campo, si fanno spazio interpretazioni contrastanti e non sempre corrette, che alimentano, proporzionalmente alla loro diffusione, il rischio di infodemia.

Anche l’Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), dal canto suo, sembra aver suggerito una possibile definizione di infodemia parlando della “sovrabbondanza di informazioni – alcune accurate, alcune no – che ha reso difficile per le persone trovare fonti affidabili”⁵.

Nel 2006, uno studio del World Economic Forum ha identificato il termine infodemia come “la rapida diffusione di informazioni non accurate o incomplete o false, in grado di amplificare gli effetti di un problema” (WEF 2006, *traduzione degli autori*).

È chiaro che nell’affrontare una crisi di emergenza sanitaria globale come quella provocata dal nuovo ceppo di Coronavirus, sul quale la stessa comunità scientifica ha dovuto confrontarsi per comprenderne cause, caratteristiche e pericolosità, l’attenzione dei cittadini all’informazione e alla comunicazione è molto più alta del solito. In questo contesto, la battaglia da combattere si scinde su due fronti: da un lato, l’epidemia da Coronavirus e, dall’altro, l’epidemia di informazioni, tra cui è difficile orientarsi e che hanno l’effetto controproducente di creare disinformazione. Mentre cresceva il numero di casi confermati di COVID-19, infatti, in tutti i paesi coinvolti si moltiplicava anche il numero di comunicati ufficiali da parte delle autorità di pubblica sicurezza locali, di raccomandazioni da parte delle istituzioni igienico-sanitarie, di dirette dei telegiornali dai confini del cordone sanitario costruito attorno alle città da cui partivano i focolai e, ancora, di aggiornamenti continui via radio, sulle testate online, da parte delle emittenti *all news*.

L’epidemia di COVID-19 ha rapidamente scatenato un’*infoskizodemia* non solo attraverso le piattaforme online come Facebook e YouTube, o i mercati – inondandole con una

⁴ Nel giornalismo, una storia di interesse umano è una storia caratteristica che discute di persone o animali domestici in modo emotivo. Presenta le persone e i loro problemi, preoccupazioni o risultati in un modo che suscita interesse, simpatia o motivazione nel lettore o nello spettatore.

⁵ <https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation>.

valanga di annunci fuorvianti 24 ore su 24, notizie false, teorie della cospirazione e molto altro – ma ha anche attivato un virus semiotico, una malattia. La paura e il timore di una pandemia sono più pericolosi del virus stesso.

The word is now a virus. The flu virus may have once been a healthy lung cell. It is now a parasitic organism that invades and damages the central nervous system. Modern man has lost the option of silence. Try halting sub-vocal speech. Try to achieve even ten seconds of inner silence. You will encounter a resisting organism that forces you to talk. That organism is the word. (Burroughs 2010, p. 47).

Un virus semiotico (Rushkoff 1996, Brodie 1994) nella psicosfera (Jung 1977) atterra “l’organismo collettivo, il corpo planetario, la mente iperconnessa sottoposta per tre decenni alla tensione ininterrotta della competizione e dell’iperstimolazione nervosa, alla guerra per la sopravvivenza, alla solitudine metropolitana e alla tristezza” (Berardi Bifo 2020).

In questa era guidata dalle informazioni, “schizo” è l’aggettivo chiamato a esprimerne il carattere intrinsecamente turbolento, acentrico e multidirezionale del desiderio (Deleuze e Guattari 1972). L’*inforgs*, in totale connessione, vive al centro di una meccanicazione, che identifica nello scambio tra *inforgs* le parti e le funzioni di un gigantesco meccanismo di produzione, in un processo schizofrenico. La rottura della distinzione tra produttori e utenti di contenuti ha portato non solo alla fusione tra produttori e utenti di contenuti ma anche a una schizofrenia, che meglio esprime lo strato barbaro del desiderio.

I concetti di intelligenza collettiva di Pierre Lévy (1999) - ovvero un’intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta ad una mobilitazione effettiva delle competenze - e di intelligenza connettiva di Derrick de Kerckhove - ovvero un’intelligenza che mira alla connessione, al collegamento, alla messa in relazione delle intelligenze, che sottolinea il “rapporto” che esse intrattengono” (de Kerckhove 1999) – sembrano assediati dal comportamento schizofrenico.

L’*information overload*, la vampirizzazione del tempo di vita da parte di internet e dei social media, lo *shift* dall’economia dell’attenzione a quella delle emozioni polarizzate, i comportamenti di edonismo e vetrinizzazione sociale, il limite gnoseologico dei motori di ricerca e degli *echo chambers*, le nuove forme di disturbi legati all’uso delle tecnologie, ma soprattutto l’incapacità di distinguere il vero dal falso creano una propensione alla schizofrenia del desiderio. Un desiderio collettivo e connettivo che diventa elemento centrale dell’infosfera. Deleuze definisce il desiderio come una spinta soggettiva di tensione verso il nuovo, come costruzione di un concatenamento e di un insieme. Già la sua etimologia, de-siderare, evoca un cielo pieno di stelle (in latino *sidus, sideris*) da cui noi “estriamo” un percorso in mezzo ad altre infinite possibilità. L’unicità di questo processo è ciò che distingue ognuno di noi. Il percorso del desiderio nell’infosfera è molto corto. Dal momento in cui nasce a quando viene soddisfatto, il tempo che trascorre è minimo. Addirittura, il paradosso può essere che la dinamica venga soffocata: abbiamo così tante cose che smettiamo di desiderare. Metaforicamente, è come raggiungere una meta senza viaggio. La carica rivoluzionaria del desiderio viene disinnescata dalla sua certa e costante soddisfazione. Tramite la sua ritualistica, l’ossessivo propone la ripetizione che attiva un processo di frustrazione a cui non ci si può sottrarre a causa delle routine che hanno “hackerato” mente e comportamento dell’umano. La ripetizione ripropone l’identico sempre introducendo una differenza e lo veste di maschere, celando il motore della pulsione di morte che è sotteso ad ogni ripetizione.

La natura stessa della ripetizione è quella del travestimento, della riproposizione mascherata: “Bref, la répétition est symbolique dans son essence, le symbole, le simulacre, est la lettre de la répétition même. Par le déguisement et l’ordre du symbole, la différence est comprise dans la répétition” (Deleuze 1968, p. 28). Il divenire schizo, che indica la tendenza del desiderio a una continua erranza e deterritorializzazione rispetto ai contesti stabiliti, nella sua

forma di incapacità di distinzione del vero dal falso, genera il concatenamento nella forma collettiva con l'infosfera.

L'*infoskizodemia* è un dispositivo di diffusione virale che si propaga nel cervello sociale e, in quanto tale, va compresa come percorso di una mutazione dell'attività cognitiva, percettiva e mnestica. L'infosfera è anche psicosfera: in quanto ecosistema mentale soggetto al biopotere (Foucault 1978), produce schizofrenia, performando l'essere sociale dell'uomo. D'altra parte, è il mutamento stesso del mondo attraverso l'infosfera, in quanto sistema della relazione mente/mondo, a deterritorializzare questa *infoskizodemia*. Le manifestazioni infodemiche, così come gli *shitstorm* a cui l'infosfera ci sottopone, l'incapacità di distinzione del vero dal falso indotta dalle guerre di informazioni agiscono abilitando una forma di delirio cognitivo. Il delirio schizo mostra come il soggetto sia una popolazione di voci, una polifonia, un uno che è molti e una molteplicità che è una.

C'è un concetto al quale Deleuze e Guattari tengono particolarmente: è quello di concatenazione collettiva di enunciazione. A detta di entrambi è il frutto teorico più notevole generatosi dal loro incontro. Concatenazione traduce, come può, *agencement*, che è una parola che in francese indica la distribuzione, la sistemazione, la disposizione, la combinazione di parti in un insieme.

Per comprendere il senso di questa espressione bisogna riferirla all'atto dell'enunciazione. Essa, infatti, risponde alla domanda "chi parla?". Una domanda evidentemente cruciale tanto per lo psicoterapeuta che ascolta un delirio quanto per il militante rivoluzionario che vuole capire qual è, in ultima analisi, il soggetto di una trasformazione sociale in corso. La schizoanalisi scommette allora sul carattere collettivo, plurale, rizomatico, macchinico, del soggetto della enunciazione, cioè del soggetto dell'inconscio.

Nella storia di un individuo come in quella della società non c'è un soggetto ma c'è un brusio anonimo, c'è un "si" parla, c'è un mormorio in cui si intramano mille voci. In ogni enunciato è all'opera una concatenazione enunciativa. Non esistono enunciati individuali, privati. È un mondo intero che prende la parola in ogni atto enunciativo, un *cosmos* in divenire dai confini slabbrati, un *cosmos* in via di costituzione e sempre a rischio di ricadere nel *caos*. Una *infoskizodemia* che ci porta a camminare sull'orlo dell'abisso canticchiando la canzone più di moda.

Bionota: Eugenio Iorio è docente a contratto di Social Media Analysis all'Università Suor Orsola Benincanca di Napoli. Analista. Dirigente della ricerca scientifica della Fondazione Italiani organismo di ricerca, in ambito della sicurezza dai rischi antropici e non antropici e nel campo dell'intelligence economica. Co-direttore dell'UniSOB MediaLab che si occupa di ricerche scientifiche nel campo dello studio dei media, dei social media e, in particolare. Ho condotto ricerche sull'Infosfera Italiana, sulle trasformazioni dell'opinione pubblica attraverso la tecnologia e internet, indagando gli ambiti di information economic & political warfare e le tecniche di manipolazione e gestione della percezione.

Bionota: Chiara Somma è ricercatrice del centro studi "Democrazie Digitali". Laureata in Comunicazione pubblica e d'impresa con una tesi dal titolo "Infodemia: la narrazione dei media nello scenario dell'Information Warfare (IW)".

Recapito degli autori:

Eugenio Iorio: eugenio.iorio@docenti.unisob.na.it

Chiara Somma: chiara.somma@democraziedigitali.it

Riferimenti bibliografici

- Barbrook R. e Cameron A. 1995, "The Californian ideology", *Science as Culture*, 6, 1, pp. 44-72.
- Baudrillard J. 1981, *Simulacres et simulation*, Galilée, Paris.
- Berardi Bifo F. 2018, *Futurabilità*, Not Nero Edizioni, Roma.
- Berardi Bifo F. 2020, *Cronaca della psicodeflazione*, Not Nero, 16 marzo, [<https://not.neroeditions.com/cronaca-della-psicodeflazione>].
- Brodie R. 1994, *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*, Hay House, Carlsbad CA.
- Burroughs W. 2010, *The Ticket that Exploded*, Fourth Estate, London.
- Byung-chul Han 2014, *Nello sciame. Visioni del digitale*, Edizioni Nottetempo, Milano.
- Castells, M. 2007, *Communication, Power and Counter-power in the Network Society*. International Journal Of Communication, 1,1, 29.
- Carr N. 2011, *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffele Cortina Editore, Milano.
- de Kerckhove D. 1999, *L'intelligenza connettiva*, Aurelio De Laurentiis Multimedia, Roma.
- Deleuze G. 1968 *Différence et répétition*, Presses Universitaires de France, Paris.
- Deleuze G., Guattari F. 1972, *L'Anti-Edipe: Capitalisme et schizophrénie, 1*, Éditions de minuit, Paris.
- Floridi L. 2009, *Infosfera - Filosofia e Etica dell'informazione*, Giappichelli Editore, Torino.
- Floridi L. 2010, "Ethics after the Information Revolution", in *The Cambridge Handbook of Information and Computer Ethics*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 3-19.
- Floridi L. 2015, *The Onlife Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer, Berlino.
- Floridi L. (2017), *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, *Scienza e idee*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Foucault M. 1978, *La volontà di sapere*, Feltrinelli, Milano.
- Iorio E., Costantini U. et al. 2016, *Infosfera Italiana 2016, Report dei risultati*, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Napoli.
- Iorio E., Costantini U. et al. 2018, *Infosfera Italiana 2018, Report dei risultati*, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Napoli.
- Johnson, D. 1985, *Computer Ethics*, Pearson Publishing, London.
- Jung. G. C. 1977, *Gli archetipi dell'inconscio collettivo*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Keen A. 2006, "Web 2.0: The second generation of the Internet has arrived. It's worse than you think", *The Weekly Standard*, 15 febbraio.
- Lévy P. 2002, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Feltrinelli, Milano.
- Nagle A. 2018, *Contro la vostra realtà. Come l'estremismo del web è diventato mainstream*, Luiss, Roma.
- Rushkoff D. 1996, *Media Virus!: Hidden Agendas in Popular Culture*, Ballantine Books, New York.
- Sheppard R.Z. 1971, "Books. Rock Candy", *Time Magazine*, [<http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,905004-2,00.html>].
- Toffler A. 1980, *The Third Wave*, Morrow, New York.
- Virilio P. 1975, *Bunker archéologie, Série des catalogues du Centre de Création Industrielle* Centre Georges Pompidou, Paris.
- Virilio P. 1977, *Vitesse et politique*, Galilée, Paris.
- WEF 2006, *Global risk report* [<https://www.weforum.org/global-risks/archive>].