# Pandemia 2020



#### A CURA DI ALESSANDRA GUIGONI E RENATO FERRARI

DIREZIONE EDITORIALE, SUPERVISIONE TESTI, REVISIONE: SABRINA PARISI

FOTOGRAFIA DI COPERTINA: "WATER. FOG. STEEL." DI ILLECITNOM OPERA REALIZZATA USANDO LATEX E THE LEGRAND ORANGE BOOK ULTIMO ACCESSO AI LINK CITATI: 18 APRILE 2020 (SE NON DIVERSAMENTE SPECIFICATO)

Licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 3.0 Unported License (the "License"). You may not use this file except in compliance with the License. You may obtain a copy of the License at http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0. Unless required by applicable law or agreed to in writing, software distributed under the License is distributed on an "AS IS" BASIS, WITHOUT WARRANTIES OR CONDITIONS OF ANY KIND, either express or implied. See the License for the specific language governing permissions and limitations under the License.

Danyang: M&J Publishing House, 2020

ISBN 979-11-85666-18-1 95330

Published by M&J Publishing House Registered 23 November 2013, No. 2013.9

E-mail: mj.publishinghouse@gmail.com

A CIP catalogue record of the National Library of Korea for this book is available at the homepage of CIP (http://www.nl.go.kr) and Korea Library Information

Prima edizione aprile 2020





	OUVERTURE	9
1	Parte I – Radici/Epicentri	
	INTRODUZIONE	. 12
1	Quali lezioni dalla crisi del Covid-19? Un approccio storico di Gianni Silei	. 13
1.1	Introduzione	13
1.2	Le pandemie del Novecento e il coronavirus: analogie e differenze	14
1.3	L'impatto del coronavirus: criticità, spunti di riflessione, rischi e opportunità	15
1.4	Bibliografia	17
2	Le epidemie di colera nell'Ottocento: i modelli sanitari in Euro in Italia di Roberto Cea	•
2.1		19
	I modelli sanitari europei e il colera	21
2.2	L'Italia tra dibattito internazionale e tradizioni mediche locali	
2.3	Bibliografia	22
3	Tem <i>peste</i> , Manzoni e noi di Angelo Rizzi	24
3.1	Tem <i>peste</i> secentesche e tem <i>peste</i> d'oggi: confini manzoniani	24

3.2	Bibliografia	27			
4	Guardare Iontano. Intervista a Edoardo Boncinelli	28			
	PUNTI DI VISTA	31			
5	Controllare il virus. Parlare di epidemia nella Cina di oggi	20			
<i>E</i> 1	di Marco Fumian	32 33			
5.1 5.2	Stati di quarantena Bibliografia	35			
6	Sessanta volte in Cina in quindici anni. Intervista a Massimo Ceccarelli	36			
7	Democrazia, tecnologia e prevenzione. La risposta delle democrazie asiatiche al Covid-19 di Marco Lazzarotti				
7.1	Il disagio della civiltà al tempo di Covid-19	39			
7.2	Tutti impreparati, nessuno impreparato	40			
7.3	Tutto il mondo è stato preso di sorpresa da quello che è successo? Il casa di Taiwan				
7.4	I regimi totalitari hanno una migliore capacità di gestire le emergenze caso della Corea del Sud	? II 42			
7.5	Libertà è partecipazione	43			
7.6	Bibliografia	44			
8	Biopolitica degli untori e di Madame Lagarde da Bruxelles di Marco Traversari	45			
Ш	Parte II – Covid-19 in Italia				
	INTRODUZIONE	49			
9	Molecolare <i>versus</i> ecosistemico o circolare. Intervista a Robe Raffaetà				
10	Eppure abbiamo retto di fronte allo <i>tsunami</i> . Intervista a Ottavio Stefano				
11	Politiche del tempo all'epoca del coronavirus di Andrea Carlino, Maria Conforti, Berardino Palumbo, Giovanni Pizza, F Schirripa				
11.1	Passato/Presente (Andrea Carlino)	58			
11.2	Durante (Berardino Palumbo)	60			
11.3	Crisi (Maria Conforti)	62			

11.4	Dopo (Giovanni Pizza)	64			
11.5	Futuri anteriori ( <i>Pino Schirripa</i> )	66			
11.6	Bibliografia				
12	Appunti per un uso pratico del concetto di biopolitica: origini concetto, analisi degli effetti politici sulla nuda vita di Marco Traversari				
12.1	Bibliografia	75			
13	L'imperatore è nudo (e noi passiamo le giornate in pigiama a gere dati). Rivelazioni da un'apocalisse di Agnese Vardanega				
13.1	La neutralità o depoliticizzazione della scienza la rende più e non m soggetta agli usi politici e alle distorsioni				
13.2	La ricerca scientifica produce più domande che risposte ed è per qu che trova le soluzioni	esto 79			
13.3	I "dati" non significano niente (di per loro)	80			
13.4	Bibliografia	81			
14	La statistica. Intervista a Monica Musio	. 83			
14.1	Bibliografia	86			
Ш	Parte III – La comunicazione al tempo del Covid-19	9			
Ш	Parte III – La comunicazione al tempo del Covid-19 INTRODUZIONE				
III 15		. 88			
15	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19	. 88			
15 16	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda	. 88 . 89			
15 16 16.1	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni	. 88 . 89 . 95			
15 16 16.1 16.2	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali	. 88 . 89 . 95 95			
15 16 16.1	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali Il futuro è nell'aria	. 88 . 89 . 95			
15 16 16.1 16.2 16.3	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali	. 88 . 89 . 95 95 95			
15 16 16.1 16.2 16.3 16.4	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali Il futuro è nell'aria Esplosione di contraddizioni	. 88 . 89 . 95 95 96 97			
15 16.1 16.2 16.3 16.4 16.5	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali Il futuro è nell'aria Esplosione di contraddizioni Jolly?  Il sorriso di Kanye West	. 88 . 89 . 95 . 95 . 96 . 97 . 99			
15 16.1 16.2 16.3 16.4 16.5	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali Il futuro è nell'aria Esplosione di contraddizioni Jolly?  Il sorriso di Kanye West di Gabriele Marino	. 88 . 89 . 95 . 95 . 96 . 97 . 99			
15 16.1 16.2 16.3 16.4 16.5 17	INTRODUZIONE  Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone  Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda  Impreviste rivoluzioni Abissi spaziali Il futuro è nell'aria Esplosione di contraddizioni Jolly?  Il sorriso di Kanye West di Gabriele Marino Il virus socializzato e la sua dimensione globale	. 88 . 89 . 95 . 95 . 95 . 96 . 97 . 99			

18	Usare bene parole e numeri. Intervista a Roberto Vacca	. 105
19	Onlife. Intervista a Luciano Floridi	. 109
IV	Parte IV – Fuori/Dentro/Casa	
	INTRODUZIONE	. 114
20	La didattica ai tempi del coronavirus. Etnografia di un'eccezia normalità di Sabrina Parisi	
20.1	Il contesto della mia osservazione	115
20.2	L'avvio della DaD	115
20.3	"Reinvenzione" della didattica	116
20.4	Nuovo ruolo degli insegnanti nella didattica della "crisi della presenzo	a"117
20.5	Empowerment degli allievi: modifica dei rapporti di forza e nuove fori collaborazione	me di 118
20.6	Un nuovo modo di "stare in classe"	119
20.7	Conclusioni	120
20.8	Bibliografia	120
21	#iocucinoacasa. Lockdown italiano: pratiche culinarie in quarantena di Alessandra Guigoni	. 121
21.1	#iocucinoacasa	121
21.2	La conoscenza è sempre scarsa. L'ambiguità è sempre in agguato	121
21.3	Quali comunità durante la pandemia	122
21.4	Il mistero buffo del lievito di birra	123
21.5	Virus economy	124
21.6	Non solo GDO	125
21.7	Non solo <i>food</i> nella dieta	126
21.8	Fame e sovrabbondanza	127
21.9	Bibliografia	128
22	Alice oltre la soglia. Arte e cultura durante la quarantena di Cristina Balma Tivola e Gianluigi Mangiapane	. 129
22.1	La crisi	129
22.2	Le reazioni	130
22.3	Riflessioni	132
22.4	Bibliografia	134
	-	

23	Il corpo, il vestito, il Covid-19 di Cecilia Winterhalter	135
23.1	Curare il corpo, vestirsi e mostrarsi	136
23.2	Identità, costruzione dell'identità, cambiamento del modo di mos mondo	trarsi al 141
23.3	l cambiamenti di moda e abbigliamento, di corpo e vestito	142
23.4	Conclusione	144
23.5	Bibliografia	144
24	Come cambia il mondo (e il calcio) di Bruno Barba	146
24.1	Trovare il capro espiatorio	147
24.2	Il seme d'oro	148
24.3	Bibliografia	149
25	«Quando usciremo di casa». Lo spazio domestico in stato di zione	
05.1	di Rossana Di Silvio	
25.1	Bibliografia	153
26 V	Le genti del bel paese là dove 'l sì suona. La musica. Inter- Lucio Spaziante  Parte V – Dono, consumi	
26 V	Parte V – Dono, consumi	154
26 V	Lucio Spaziante	154
26 V	Parte V – Dono, consumi	154
V	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili	159
V 27 28	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili di Anna Casella	159
V 27	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili	159
V 27 28	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili di Anna Casella  Bibliografia  Dono e internet al tempo del coronavirus	154 159 160 164 169
V 27 28 28.1 29	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili di Anna Casella  Bibliografia  Dono e internet al tempo del coronavirus di Anna Cossetta	154 159 160 164 169
V 27 28 28.1	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili di Anna Casella  Bibliografia  Dono e internet al tempo del coronavirus	154 159 160 164 169
V 27 28 28.1 29	Parte V – Dono, consumi  INTRODUZIONE  Amuchina oggetto di culto. Intervista a Roberta Paltrinieri  Elogio della paura e qualche riflessione su noi stessi in tempi difficili di Anna Casella  Bibliografia  Dono e internet al tempo del coronavirus di Anna Cossetta	154 159 160 164 169

31	Import/export, danni economici e possibilità dell'industria alime re italiana	
	di Anna Zollo	
31.1	La crisi	176
31.2	Il valore del <i>made in Italy</i> nell'economia nazionale	176
31.3	Principali paesi destinatari delle esportazioni italiane e importazioni	177
31.4	Esportazioni e importazioni dell'industria alimentare	178
31.5 31.6	Il Covid-19 e il post-pandemia, ricadute sull'export Conclusioni	178 179
31.7	Bibliografia	179
31.7	Bibliografia	1/9
	PUNTI DI VISTA	180
32	La morte come dono. Rimanere umani al tempo del coronaviru di p. Guidalberto Bormolini	
32.1	Il crollo repentino della pretesa di immortalità	181
32.1	La gestione della paura della morte	182
32.3	Per una morte più "umana"	183
32.4	Privati di una morte umana	184
32.5	La morte come parto	185
32.6	La morte come dono integrale	185
32.7	Bibliografia	186
33	Homo comfort? Intervista a Stefano Boni	188
	ANALISI	191
34	L'informazione al tempo del coronavirus	100
04.	di Massimo Arcangeli	
34.1	I modelli di comunicazione in tempo di crisi	192
34.2	Una circolare che non quadra	196
34.3 34.4	Detergiamo le mani, ma non laviamocele L'informazione non s'ha da dare	202 205
34.5	Sì alla libertà vigilata, no alla reclusione forzata	206
54.5	31 and liberta vigilata, 110 and reclasione loizata	200
VI	Finale	
	FINALE	208
	BIOGRAFIA AUTORI	209
	ABBIAMO INTERVISTATO	214

## Parte III – La comunicazione al tempo del Covid-19

	INTRODUZIONE	87
15	Ce qui arrive. Intervista a Gianfranco Marrone	88
16	Le impreviste rivoluzioni del Covid-19 di Franciscu Sedda	93
17	Il sorriso di Kanye West di Gabriele Marino	98
18	Usare bene parole e numeri. Intervista a Roberto Vacca	103
19	Onlife. Intervista a Luciano Floridi	107



Gabriele Marino gabriele.marino@unito.it

«Se sono sopravvissuta all'Harlem Shake posso sopravvivere anche al coronavirus» Micol Fabiola Costa, stand-up comedian, post su Facebook, 7 marzo 2020

## 17.1 Il virus socializzato e la sua dimensione globale

La storia recente ha già avuto modo di offrire agli studiosi della comunicazione eventi di portata internazionale le cui vicende si sono svolte, sono state raccontate, vissute e appropriate attraverso i social media, tanto che gli hashtag che ne sono stati il motto e il marchio identificativo hanno finito per definire l'agenda setting di questi ultimi dieci anni: #ArabSpring (2010), #OccupyWallStreet (2011), #BlackLivesMatter (2013), #JeSuisCharlie e #LoveWins (2015), #Brexit e #MakeAmericaGreatAgain (2016), #MeToo (2017), #ClimateStrike (2018). Nessuno di questi eventi ha però avuto la portata realmente globale della diffusione del nuovo coronavirus Covid-19, non a caso tecnicamente definita una pandemia. Sembra davvero essere questa la prima volta, come sottolineato tra gli altri da Slavoj Žižek<sup>1</sup>, in cui il mondo intero è consapevole di trovarsi iscritto nella medesima cornice, di stare partecipando alla medesima macro-narrazione, in tempo reale.

Le forme della comunicazione online sono come un linguaggio secondo che più o meno tutti abbiamo in qualche misura metabolizzato, un linguaggio che sappiamo parlare secondo diversi gradi di competenza e che sappiamo quindi applicare secondo diversi gradi di pertinenza (pensiamo anche solo alla disinvoltura con cui oggi usiamo le emoticon in ogni contesto, rispetto a dieci anni fa). Ma mai come in questo caso queste forme si sono concentrate su un medesimo oggetto: il virus, la sua diffusione, i provvedimenti che sono stati presi per contrastarla, la quarantena, il *lockdown*. Parole chiave che sono i tormentoni globali di questi giorni, che sentiamo ripetere e che ripetiamo come in un mantra ipnotico, fino a farne stingere il significato (diciamo "coronavirus", anche se questo nome non designa un virus in particolare, ma un'intera sottofamiglia; diciamo di essere in "quarantena", ma sono in quarantena soltanto i contagiati che non necessitano di ricovero, i quali certamente non escono per fare la spesa). Anche il coronavirus e la sua quarantena hanno il loro slogan, che permea tanto le comunicazioni ufficiali, quanto i post e i motivi iconografici social,

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>In un'intervista rilasciata a RT News, caricata su YouTube il 15 marzo 2020, http://youtu.be/HabyJi6610w

sintetizzato in un singolo hashtag: #StayHome. Sappiamo dei limiti della nozione di contagio quando si esce dal dominio biologico, ma il virus raccontato è comunicativamente virale, perché come un gas nobile satura ogni spazio a disposizione, satura le nostre conversazioni, perché è l'hot topic, scioccante e divisivo. Perché ci riguarda tutti.

#### 17.2 Il discorso pandemico e infodemico

Se i social sembrano essere completamente monopolizzati dal virus (sappiamo che ognuno è immerso in una bolla comunicativa fatta a propria immagine e somiglianza, ma adesso tutte appaiono come collassate le une sulle altre), accendere la TV in questi giorni e dare uno sguardo al palinsesto d'intrattenimento è altrettanto straniante. A trasmissioni registrate prima della quarantena, e quindi equipaggiate del consueto pubblico in studio, si alternano talk show in cui il presentatore si trova da solo in uno studio vuoto. A pubblicità che mostrano strade affollate e gente che viaggia (nessuna traccia della mascherina, che è diventata il correlativo di queste settimane), ne seguono altre in cui il payoff del dato brand ammicca ai vari #IoNonEsco, #IoRestoACasa e #AndràTuttoBene. Tutti questi spot finiscono in qualche modo per urtarci, anche se magari non vogliamo ammetterlo: alcuni per come, pure incolpevoli, ignorano la contemporaneità; altri per come, parimenti indelicati (ma per il motivo opposto), sembrano come introdurci al clima di una rassicurante distopia alla The Lego movie. Sia che se ne parli, sia che lo si ignori, la presenza del virus incombe. Perché il virus è il contesto in cui viviamo in questo momento. Il virus raccontato è un discorso: un oggetto e le parole che vi si agglutinano attorno, a uno stesso tempo connotandolo e definendolo. Un discorso da cui è impossibile uscire perché destabilizzante e ubiquo, cosicché ogni tentativo di distanziarsene non può che risultare miseramente parziale o del tutto vano. In questo la viralità comunicativa pare davvero strabordare dalla semplice metafora e assume nuovamente i connotati biologistici di passività cui originariamente voleva relegarci la vecchia teoria ipodermica dei media: il virus socializzato finisce per colpirci anche quando abbiamo fatto di tutto per evitarlo. Siamo come costretti a partecipare al grande flusso comune delle conversazioni online, anche quando non abbiamo più voglia di parteciparvi, quando non abbiamo più voglia di dire di esserci, di dire la nostra, di aggiungere il nostro pezzettino al mosaico globale. Il virus genera polarizzazione. C'è chi lo ha minimizzato (*mutatis mutandis*, da Vittorio Sgarbi<sup>2</sup> a Giorgio Agamben<sup>3</sup>, probabilmente anche a causa di un sensazionalismo e un allarmismo mediatico che ci si immaginava di rito) e chi lo ha dichiarato il segnale dell'apocalisse capitalistica. Chi ha giudicato le misure prese come del tutto insufficienti e chi del tutto esagerate. Chi ha scatenato le ricostruzioni dietrologiche e complottiste (nutrite, a suon di farmaci miracolosi tenuti segreti e virus chimera realizzati nei laboratori cinesi, da quel brodo di coltura che sono i gruppi di WhatsApp; nota: è questa una delle prossime frontiere da esplorare, al netto della recente normativa europea sulla privacy, per gli studi sulla comunicazione) e chi ha provato a ricostruire filologicamente non solo la diffusione del virus, ma anche la sua origine nei termini di una vera e propria eziologia meccanicistica, per quanto diluita e complessa (antropizzazione, deforestazione, climate change, sfruttamento della fauna selvatica). Insomma: mascherina sì, mascherina no, il virus e i modi con cui lo si è detto e lo si dice si sono rivelati un reagente, un tampone identitario. Al contagio biologico, la pandemia, si accompagna quello culturale, un'infodemia (nota: ce la immaginiamo già come «parola dell'anno 2020» per l'Oxford English Dictionary): la diffusione ipertrofica e spasmodica di notizie – numeri, dati, grafici, stime, proiezioni, corsivi - che hanno finito per avvelenare l'ecologia comunicativa, creando una vera e propria «confusione semiotica» (come recitava un vecchio pezzo dei 99 Posse). Perché il virus oggi non è più soltanto un ottuso e micidiale nucleo di RNA la cui vocazione unica è replicarsi, ma è anche un nucleo di senso, una monade semantica che con altrettanta facilità riesce

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>http://youtu.be/2I31PYfNY8Q

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup>http://www.quodlibet.it/una-voce-giorgio-agamben

ad attecchire dappertutto: semplicemente perché qualsiasi contesto è fertile per parlarne. Ciascuno vi si confronta e vi si misura come può. Anche ricorrendo allo humour. È facilissimo ironizzare su come il virus e la quarantena abbiano cambiato la vita di milioni di persone (un esempio banale: gli utenti dell'app di incontri Tinder, deprivati fino a data da destinarsi di quello che, non solo nei termini della teoria semiotica greimasiana, è il momento della performance) ed è altrettanto facile rilevare quei casi in cui non abbiano invece paradossalmente cambiato nulla (i medici negli ospedali, gli autotrasportatori sui loro mezzi, ma anche i grafici freelance abituati a lavorare da casa stanno ora esattamente dove stavano prima, anche se certamente non nelle medesime condizioni).

#### 17.3 Studiare la viralità comunicativa

Ovunque, da dovunque, abbiamo visto girare immagini simili, come i "saccheggi dei supermercati", con peculiari variazioni diatopiche già al vaglio dei sociologi: a Bologna sono sparite le uova, oltre all'Amuchina, mentre negli Stati Uniti è finita la carta igienica. E così anche i meme - le frasi, le immagini e i video "buffi" con cui parliamo di noi e dei fatti nostri con la scusa di parlare di cosa ci accade intorno – non sono mai stati così globalizzati: perché adesso parlano tutti non solo nella stessa lingua (il famoso template, il "formato", che ne rappresenta la quintessenza), ma parlano tutti proprio della stessa cosa. Davanti al proliferare di meme e contenuti virali da ogni parte del mondo che hanno da subito accompagnato il corso della pandemia, mi sono chiesto se avessi la voglia e la forza di mettermi a studiare seriamente la cosa o quantomeno documentarla. Ho raccolto una quarantina di meme (ossia: una quarantina di occorrenze che facevano capo ciascuna a un tipo diverso), tra quelli che mi hanno colpito (nel senso letterale di "intercettato")<sup>4</sup>. Dopo i video porno in cui le mascherine smettono di essere in latex e diventano quelle mediche, il murales che recita apocalittico – in senso echiano e non – «In media stat virus», dopo l'ironia sulle strade dei paesini del profondo nord vuote ora come vuote erano prima, dopo il papa che capisce finalmente che cosa volesse dirgli di tanto urgente quella signora cinese l'ultimo dell'anno, dopo John Travolta che si aggira confuso tra gli scaffali vuoti dei supermercati, Burioni che schiaffeggia un novax come Batman un Robin che aveva bisogno d'aripijasse, dopo i Beatles iconici sulle strisce pedonali di Abbey Road ma a distanza di sicurezza l'uno dall'altro, dopo Gramsci che scrive i Quaderni della Zona rossa e Pellico Le mie quarantene, dopo l'apostrofe di Mattarella a un ormai proverbiale «Giovanni» (nota: rileggendo questo testo fra qualche anno, ci ricorderemo di cosa stiamo parlando?), dopo avere capito come la crisi pandemica stesse ridisegnando su di sé il patrimonio intertestuale, metalinguistico e autoriflessivo dei cosiddetti "fenomeni di internet", mi sono fermato. Ma la portata della viralità comunicativa di questi giorni è stata subito colta da tanti altri studiosi, che hanno agito, diversamente da me, in maniera proattiva e sistematica.

Giselinde Kuipers, sociologa dell'Università Cattolica di Leuven, e Mark Boukes, che insegna Scienze della comunicazione in quella di Amsterdam, hanno lanciato uno studio sullo *Humor during the Global Corona Crisis*<sup>5</sup>, con lo scopo di indagarne il valore sociale nel quadro del cosiddetto *disaster humour*: non tutti accettiamo di buon grado una battuta sull'11 settembre, ma molti possono trarne un beneficio di qualche tipo, una qualche forma di sollievo (gli anglofoni parlano di *coping*, "adattarsi, fronteggiare una data situazione"). I due studiosi hanno approntato una pagina web attraverso cui raccogliere battute, immagini e meme del/sul coronavirus. Finora hanno contribuito alla ricerca 1.357 utenti, da una cinquantina di paesi.

Un gruppo di studiosi dello IUSS di Pavia, al crocevia tra scienze cognitive e linguistica, coordinato da Luca Bischetti, Paolo Canal e Valentina Bambini, ha lanciato uno studio sull'"umorismo virale" basato su un questionario, i cui partecipanti devono valutare battute, vignette e meme veri e propri, a tema coronavirus e non solo. Lo scopo è indagare quali siano i confini di liceità dello humour in

<sup>4</sup>http://bit.ly/marino-coronamemes

<sup>5</sup>http://www.giselinde.nl/humor-during-the-global-corona-crisis-a-study/

 $<sup>^6</sup>$ http://www.iusspavia.it/-/umorismovirale-ai-tempi-del-coronavirus

situazioni del genere e quali siano i possibili meccanismi che sovrintendono alla categorizzazione di un dato contenuto come divertente o, al contrario, disturbante (in gergo internettiano potremmo dire *lol*, "che fa ridere a crepapelle" vs. *cringe*, "che mette a disagio"). Vedremo cosa ci diranno questi studi, che rappresentano due interessanti esempi di *meme studies* su basi quantitative, come già da anni se ne conducono nei contesti anglofoni: la studiosa principale del campo è Limor Shifman, sociologa dei media attiva presso la Hebrew University di Gerusalemme, che si occupa di questi temi dal 2009 e che nel 2013 ha pubblicato per MIT Press uno dei testi di riferimento del settore, *Memes in digital culture*.

### 17.4 I meme per (provare a) "ridere, ridere, ridere ancora"

Il punto – mi sembra di potere dire – è che i meme, che li si voglia chiamare così o in altro modo, sono importanti. Perché rappresentano oggi il modo, trasversale a ogni dimensione sociolinguistica, in cui una data cultura, più o meno specifica o globalizzata, realizza la propria omeostasi, perché rappresentano il modo in cui si metabolizzano e negoziano contenuti e significati, in cui si cristallizzano abiti interpretativi e si definiscono e ridefiniscono quelli che Peppino Ortoleva chiamerebbe "miti a bassa intensità" (2019).

Nel suo To Save Everything, Click Here, pubblicato nel 2013, Evgenij Morozov sosteneva che se Horkheimer e Adorno stessero scrivendo il loro Dialettica dell'illuminismo oggi dovrebbero rivedere il capitolo più famoso di quel libro «sostituendo il termine "industria culturale" con "industria dei meme"». Ma è vero anche che i meme possono assumere, seppure in veste ludica (quando non propriamente demenziale), il ruolo di quelle «pratiche di resistenza» della quotidianità di cui parlava Michel de Certeau (L'invenzione del quotidiano, 1980). Ciò appare particolarmente evidente quando i meme contribuiscono sì a rendere virale e ubiquo un dato contenuto o discorso, ma volgendolo «al secondo grado», come direbbe Gérard Genette (Palinsesti, 1982), operando per appropriazione, distanziamento, virgolettatura, facendo quella che è a tutti gli effetti una parodia della viralità: i meme, cioè, non ci parlano direttamente del virus, ma obliquamente della nostra ossessione per esso. Parafrasando Roland Barthes (nelle sue conclusioni al saggio Società, immaginazione, pubblicità, pubblicato nel 1968), la vera possibile risposta al messaggio broadcasted, imposto, calato dall'alto, la vera possibile risposta al messaggio confuso e banalizzante della mitologia infodemica «consiste non nel rifiutarlo o nell'ignorarlo, ma nell'appropriarsene, nel falsificarlo, combinando in forma nuova le unità che a prima vista sembrano comporlo naturalmente». I meme sembrano fare precisamente questo, mettendo a nudo, con la loro sagacia, le loro forzature, il loro nonsense, la banalità del tormentone.

Ridotti – e qui ci vuole, agambenianamente – a corpi biologici immobili e atomizzati, non ci restano che le parole. Noi umili artigiani degli studi sulla comunicazione sappiamo bene che di questa pandemia non ci libereremo presto, che se ne parlerà a lungo: siamo già invasi dai *longform* e ci attendiamo o stiamo noi stessi preparando *call for papers*, convegni (sperando che si tengano di nuovo faccia a faccia), saggi e libri di ogni sorta. Ed è normale che sia così. A ciascuno il suo alfabeto, il suo lessico e il suo genere testuale. Non ci restano che le parole. E i meme. Importanti anche e soprattutto perché stupidi. Necessari perché effimeri. Si può già ridere del coronavirus? O è ancora troppo presto (*too soon!*, dicono gli anglofoni quando la battuta del comico scatta a "cadavere ancora caldo")? Alcuni pensano che si *debba* ridere del coronavirus, proprio perché in fondo *forse non è il caso*, proprio perché così in qualche modo se ne ridimensiona la portata, lo si normalizza, si prova a venire a patti con questo incommensurabile (a proposito di cose del genere, gigantesche, perturbanti, imprendibili, Timothy Morton ha parlato di «iperoggetti», 2013).

Per evitare il silenzio della pagina muta (e del *template* vuoto, suggerisce un post – «No meme today. Just pain» – della pagina Facebook E-God)<sup>7</sup>, non ci resta che *sforzarci di riderci su*, comunque.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup>Post pubblicato il 7 marzo 2020, http://bit.ly/egod-nomeme

Come fa Kanye West in un vecchio meme remixato per l'occasione dall'instagramer MasiPopal<sup>8</sup>. Nonostante il peggiorare della situazione.



 $<sup>^{8}</sup> http://www.forbes.com/sites/rebeccabellan/2020/03/19/laughing-during-a-crisis-the-best-coronavirus-memes/$