

ANGELO TURCO, *Epimedia. Informazione e comunicazione nello spazio pandemico*, Milano, Unicopli, 2021

Ad un anno dall'inizio della pandemia arriva il nuovo libro di Angelo Turco, *Epimedia*. Non un *instant book*, ma un libro costruito quotidianamente, scandito dagli avvenimenti e sugli avvenimenti di questi 12 drammatici mesi, tanto da sembrare il "diario di un ricercatore al tempo della pandemia". Un diario aperto, dialogico, condiviso, in cui ai momenti di solitudine riflessiva, si alternano quelli dello scambio con il più vasto pubblico delle piattaforme social, spesso in *real time*. Un libro che racconta come viene raccontato il coronavirus in Italia e nel mondo. Una meta-narrazione, dunque, che ricorsivamente racconta anche come abbia cercato di farlo il ricercatore, nel tentativo di comprendere e di spiegare cosa sia d.a.v.v.e.r.o. (per usare il neografismo enfatico che Turco usa sui social) Covid-19 per tutti noi. Un metalibro, anche, che nel mentre ragiona dell'«informazione e della comunicazione nello spazio pandemico» - come annuncia il sottotitolo - ci interroga circolarmente sul senso del libro e le sue forme ai tempi e nei tempi di epimedia.

Cos'è epimedia? È l'anagramma di epidemia. «Un *divertissement*, ma anche una forma di vita, secondo l'espressione di Wittgenstein» (pag. 17). È infatti attraverso le possibilità ermeneutiche della parola che, sin dal titolo, Angelo Turco tenta di esplorare euristicamente il neomondo di Epimedia. Epimedia-epidemia, dove l'anagramma assume la dimensione del regime di possibilità, di riconfigurazione degli assetti, e non quella banale dell'occorrenza in un ventaglio combinatorio. Concetto e categoria analitica per interpretare lo spazio epidemico e quello mediale, nei quali essere-umani-sulla-terra (Berque A., *Essere umani sulla terra*, Mimesis, 2021), accelera vertiginosamente nel suo divenire. Spazio e corpo mediale che hanno nella rete di internet un *primum* che tutto sembra inglobare.

Cosa sia il web, e come stia cambiando ontologicamente lo statuto dell'essere-umani-sulla-terra, è il più grande problema filosofico dei nostri tempi, cui anche i geografi cercano di rispondere. Angelo Turco non si sottrae e, sollecitato da quel grande acceleratore di processi che è Covid-19, risponde a quest'urgenza conoscitiva in un impegno multilivello, esplorando quotidianamente «lo spazio epimediale [...] un mondo governato da logiche e dispositivi comunicativi», attraverso piattaforme diverse, dalle riviste scientifiche digitali, ai quotidiani online, fino alla nuova 'piazza' di Facebook, per «praticare negli studi l'osservazione partecipante: per capire più esattamente- o meno evasivamente, se si vuole – quel che succede, e perché e come succede» (pag. 26). Senza mai indulgere alla tentazione di un giudizio morale, registra il cambiamento in atto e precocizza un cambio di paradigma disciplinare, verso una nuova «geografia mediale», che dal «*proprium* della tradizione geografica -la narrazione degli spazi-» sposta il suo sguardo sugli «spazi della narrazione» (pag.25). Una transizione epocale quella al digitale, che nelle transazioni tra spazio epidemico e spazio epimediale offre la possibilità di comprendere i modi di funzionamento e i mezzi di produzione del neomondo. Uno spazio mediale nel quale siamo ormai immersi e dove distinguere tra *space* e *cyberspace* è sempre meno pertinente e produttivo, laddove la liminarità dei processi in divenire è costituita dalla sostanza informativa delle relazioni comunicative. Ma quale statuto funzionale assume l'informazione in questi processi? Se la conoscenza geografica ruota intorno ad una teoria dell'azione trasformativa umana (Turco A., *Configurazioni della territorialità*, FrancoAngeli, 2010), l'infosfera permette di restaurare l'*agency* umana attraverso le «condizioni di possibilità» offerte dall'informazione, che in questa prospettiva rappresenta «la riserva di mondo», quale «serbatoio di possibilità comunicative, al quale attingere a seconda delle nostre strategie politiche, delle nostre tattiche economico-finanziarie, delle nostre convenienze personali» (pag.24). Continuare ad essere la specie che siamo dunque, in quanto continuiamo a trasformare il territorio, ad attribuirgli significati, anche quando si tratta del territorio dell'informazione.

Informazione che soffre, tuttavia, di quella che Turco definisce *fuzziness* informativa, sindrome che trova modo di articolarsi e svilupparsi nell'*overinformation* pandemica, attraverso le modalità con cui si combinano, circolano, si metamorfosano le informazioni, fino a rendere difficile, e per molti impossibile, ricostruire e attestare loro uno statuto di verità. *Fuzziness* informativa che mette in luce come, nello spazio mediale, le catene di significati prendano le vie delle «associazioni analogiche», piuttosto che delle «connessioni razionali», e che «ai fini dell'attribuzione dello statuto di verità» foucaultiano «rende progressivamente debole la sintassi (cioè la forza dell'argomento che giustifica l'asserto) a vantaggio crescente della pragmatica (cioè la funzionalità dell'asserto, la sua resa in termini di adesione)» (pag.77). Tra le sindromi *fuzzy* dello spazio mediale individuate da Turco, quella «occultativa» agisce per mezzo di un tema dominante (Covid-19, nel nostro caso), che senza nascondere direttamente singole notizie o informazioni relative ad un soggetto agente, le 'oscura', disinnescandone la portata in termini di impatto sull'opinione pubblica, agendo dunque sulla dimensione pragmatica della comunicazione, che polarizza e orienta la coscienza politica degli individui. In quest'ottica 'occultativa' possono essere dunque rilette anche le accelerazioni subite, durante la pandemia, dai numerosi processi erosivi dello statuto della giurisdizione legittima sulla terra, all'origine di conflitti territoriali e ambientali in molti paesi del mondo, dal *land grabbing* subito dalle popolazioni indigene in Brasile, Nicaragua e Colombia, alla declassificazione di aree protette a scopi minerari negli Stati Uniti.

Una sindrome che passivizza i destinatari e ci interroga ancora una volta sulla natura del modo di funzionamento digitale e sul controllo dei suoi mezzi di produzione, come fa criticamente anche Maurizio Ferraris, parlando di *documanità*, un'umanità alienata dalla dimensione cognitiva della relazione comunicativa da parte delle piattaforme, le uniche veramente in grado di interpretare l'informazione veicolata da forme di registrazione sempre più massicce e pervasive (Ferraris M., *Documanità. Filosofia del mondo nuovo*, Laterza, Bari, 2021). Ma Angelo Turco reagisce da intellettuale *comprometido*, come direbbe Amilcar Cabral, consapevole del

suo ruolo e sotto l'urgenza etica di «diffondere abilità non solo volte a sfruttare conoscenze performanti, ma anche volte a decostruire percorsi di manipolazione della realtà» (Turco A., *Università e Terza Missione: il cerchio da chiudere in Culture della valutazione 3. IULM, Università e Public engagement*. Carocci, Roma, 2018, pp.11-20). Avendo la «sensazione che la gente non capisse cosa stesse “veramente” succedendo» (pag. 34), esce dalle aule accademiche per lanciare un corso online aperto a tutti, e che chiama, sfidando apertamente alcuni dogmi dell'ortodossia del marketing, *Epistemologia della pandemia*. Svolto in sei moduli tra il 24 Marzo e l'11 Aprile 2020, e ospitato dal giornale online *Juorno.it*, il corso avrà in quei giorni circa 700 accessi per ciascun modulo, segnando un successo forse insperato. Il resoconto di quell'esperienza, necessariamente sintetico nell'economia del volume, mostra gli esiti epistemici di «un itinerario di comprensione che avveniva in tempo reale, in modo rapido e, aspetto non secondario, *insieme* ossia *interattivamente*» con i partecipanti, che sarebbe impertinente definire “virtuali”. Esperienza che ha mostrato come Covid-19 non fosse un problema scientifico, ma un «cluster problematico» (pag.38) da analizzare nelle sue «tre dimensioni fondamentali: una medica, una di sanità pubblica, una sociale. Nessuna di esse riducibile ad un'altra» (pag.19).

La crisi pandemica vissuta dunque come uno straordinario «ambiente di apprendimento», nel quale Angelo Turco riprende, sviluppa e condivide nuovi filoni di ricerca con la sua magistrale capacità analitica, argomentativa e narrativa, consapevole che «Il fatto, alla fine, è il suo racconto» (pag.17).

La prefazione del libro è di Beatrice Stasi, che insegna Letteratura Italiana all'Università del Salento; la postfazione è di Paolo Chiariello, che dirige il giornale online *juorno.it*; l'editing è di Berardina Clemente; le copertine (coloratissime) sono di Miriam Prato.

(Claudio Arbore)