

## Ragazzacci 2.0 o del cattivo gusto online

Note semiotiche su viralità alternative ed etichetta

BRUNO SURACE\*

ENGLISH TITLE: 2.0 brats or on online bad taste.” Semiotic notes on alternative virality and etiquette.

ABSTRACT: Understanding virality as a communicative model means investigating not only the characteristics of the texts that are described as “viral”, but also the movement they effect within the websphere and on the normative components which regulate the itineraries of spreadability. The text which explodes suddenly in terms of diffusion is viral, yet its diffusion complies with a precise logic, a precise *etiquette* of virality. The objective of this paper is therefore to formulate a semiotics of the *etiquette* which starts from the offline world and then spills into online reality. Having established this methodological base, which will prove itself useful in supplying the competences for treating *etiquette* as a pre-semiotic device capable of soothing certain areas of the semiosphere and arousing others, we will then concentrate on sociosemiotic phenomena of departure from *etiquette* as forms of counter-virality which are particularly significant in the definition of Web culture: from the Facebook pages dedicated to programmatic political incorrectness to historic sites like *4chan*. Finally, the *Deep Web* will be examined with the instruments of semiotics in an attempt to identify its deep, structural viral predisposition, which differs substantially from the common conception of virality, and to define an analytical model which can capture its various nuances, from the Torrent universe to Deep Web sites such as the famous *Silk Road* (now fallen into disuse).

KEYWORDS: etiquette, normativity, deep web, bad taste, semiosphere.

\* Università di Torino.

## 1. Premessa

Comprendere la viralità come modello comunicativo significa non solamente interrogarsi sulle peculiarità semiotiche di quei testi che in tempi brevi si diffondono pervasivamente tanto da guadagnarsi lo statuto di *spreadable* (Jenkins 2013), ma anche e soprattutto identificare i percorsi e i movimenti che essi compiono a livello semiosferico. Invero, la viralità non si fregia di un moto totalmente libero, scevro da qualsivoglia regolamentazione interna, ma obbedisce a una *path dependency* che ha buona ragione di essere analizzata in sede semiotica, data la sua capacità di surdeterminare la semiosica del testo detto virale. In tal senso è opportuno indugiare sulle componenti normative del virale, spesso tacite in forza di un fervore teso a esaltare la presunta orizzontalità (ergo democraticità) dei social media, ad oggi maggiormente toccati dalla metaforizzazione della viralità. Nella fattispecie la norma è infatti condizione necessaria per ogni comunicazione, giacché stabilisce un regime metasemiosico necessario a creare quella differenza senza la quale, secondo la lezione saussuriana, non sussisterebbe il senso. Un regime comunicativo a–normato si vedrebbe levigato in un unicum caotico ove il senso non potrebbe emergere proprio per la mancanza di dislivello necessario all’emissione d’informazione. In altre parole in una situazione di rumore (ivi inteso nella sua accezione linguistica) assoluto nessuno sarebbe in grado di capire nulla. Pertanto la comunicazione necessita in prima istanza di silenzi, di vuoti che in questo saggio si andranno a interrogare, nell’ottica di una tensione verso una “cartografia pragmatica” (Leone 2015), dal punto di vista semiotico.

## 2. Semantica dell’appropriatezza

Le norme che regolano la comunicazione possono essere classificate pragmaticamente secondo due direttive, che si dipartono dalla teorizzazione classica di “status” in sociologia:

- Norme ascritte: tutte quelle norme che regolamentano la comunicazione sui piani grammaticale e sintattico della lingua, sul piano legale (come limitazione dell’espressione a partire

da leggi censorie, o contro il vilipendio, o atte a impedire la diffamazione, o contro apologie considerate improbe, e così via), sul piano semantico. Si tratta dunque di norme scritte, rintracciabili in manuali e codici.

- Norme acquisite: si tratta di norme tendenzialmente tacite (anche se la loro origine si può rintracciare in testualità canonizzate) che se infrante non comportano necessariamente la rottura di patti linguistici o legali ma l'attraversamento di quelle strutture che rientrano, come si vedrà a breve, sotto l'iperonimo di "etichetta".

Una breve ricerca dizionariale restituisce una serie di lessemi annessi al concetto di etichetta<sup>1</sup>: "buongusto", "galateo", "bon ton", "(buona) educazione", "savoir-faire", "modo" – "maniera" – "misura", "decoro", "(buon) costume", "creanza". Questo insieme lessematico, pur comprendendo un coacervo di sfumature semantiche certamente rilevanti, può essere nei termini del senso comune inteso come retto da un rapporto di quasi-sinonimia. Siffatta relazione è sostantivata, in sede semantico-strutturale, dalla condivisione di alcuni semi nucleari che tratteggiano l'isotopia dell'etichetta, o del buongusto, o del galateo, che dir si voglia, e che sembra possano essere inglobati nel proto-sema /APPROPRIATEZZA/. Tale sema è tutt'altro che di facile comprensione in sede semiotica giacché non si esaurisce nel riferimento a una proprietà fisica o astratta (di "zebra" si può affermare che un sema nucleare è certamente /STRIATURA/, e che questo determina l'essere o meno "zebra" rispetto a "cavallo"), ma piuttosto si sostanzia nell'ordine dell'indessicalità come "onnipresente dipendenza dal contesto degli enunciati [...] (Hanks 2002, 168). "Appropriato" si configura infatti come un aggettivo retto su una relatività intrinseca, che necessita di sedimentarsi su di un contesto. Così trova in qualche modo giustificazione la furia lessematica che si evince dall'elenco stilato poco fa; una così fitta farragine di termini risponde alla necessità di incasellare l'appropriatezza all'interno di regimi concettuali più definiti che non nella totalità dell'esperienza umana. "Decoro" ad esempio sembra maggiormente indicato a designare forme dell'appropriatezza

1. Per una definizione semiotica di "etichetta" cfr. innanzitutto Civ'jan (1973).

visiva, oggettuale, fisica (pur essendo per estensione utilizzato anche in riferimento all'universo comportamentale), così come "creanza" al contrario pare essere relegato invece quasi del tutto all'insieme di gesti che concorrono nella definizione dell'atteggiamento del soggetto, e che ne denotano quello che è altresì chiamato con il nome di "contegno". È abbastanza facile intuire, ora, come ogni lessema all'interno del campo semantico dell'appropriatezza ne richiami uno vicino per sostantivarsi, comportando più o meno rilevanti slittamenti di significato, ma rimanendo nel prototipo quanto basta per "dire quasi la stessa cosa", secondo la terminologia di Eco.

L'appropriatezza pare dunque costituire la dimensione larvale delle topologie del buongusto che, come accennato, sono da intendersi in quanto regimi metasemiosi cui si imputa il calmierarsi di alcune aree della semiosfera e l'eccitarsi di altre. L'esperienza dell'appropriatezza pare vissuta in diverse misure da chiunque abiti la semiosfera, e ciò induce a rilevarne la pervasività, la viralità, o meglio l'endemicità. Anche chi la rifiuti non può che stabilire un rapporto con lei ponendosi su uno spettro che la vede come vertice di un'ermeneutica personale e quotidiana. Tuttavia non è semplice identificare chi decida cosa sia o meno appropriato, e una buona strada pare essere quella di rivolgersi allo strutturalismo. Come osservato da Leone (2015) in situazioni di regimi fortemente dispotici, come nel caso dei totalitarismi, la designazione dell'appropriatezza è appannaggio quasi esclusivo di chi occupa la posizione di potere, quanto meno per ciò che concerne la vita pubblica (ma anche quella privata). In questi casi si tratta però di un'appropriatezza prescritta, così come lo è quella meno restrittiva che ha a che fare coi sistemi democratici, religiosi, istituzionali. Accanto a questa appropriatezza prescritta vi è però un'appropriatezza tacita, che è quella sulla quale ci soffermiamo.

Trattasi di un regime radicato nell'ethos collettivo che non necessita per obbligo di una norma scritta. Le sue radici sono però sempre storiche, come dimostra il caso (non certo la radice, ma un buon punto di partenza) del *Galateo*, parola oggi spesso adoperata senza annoverarne la sorgente letteraria. Questo testo infatti, redatto da Giovanni della Casa nel 1550 circa e pubblicato postumo nel 1558, contiene in sé uno stratificato insieme di regole che disciplinano i modi dell'agire sociali nei termini dell'appropriatezza sulla base di una regola onnicomprensiva che si evince dal seguente passaggio:

Diciamo adunque, che ciascuno atto che è di noia ad alcuno de' sensi; e ciò che è contrario all'appetito; ed oltre a ciò quello che rappresenta alla immaginazione cose male da lei gradite; e similmente ciò che lo 'ntelletto ave a schifo, spiace e non si dee fare: perciocchè non solamente non sono da fare in presenza degli uomini le cose laide o fetide o schife o stomachevoli, ma il nominarle anco si disdice; e non pure il farle e il ricordarle dispiace, ma eziando il ridurle nella immaginazione altrui con alcun atto, suol forte noiar le persone (Della Casa 1845, 6–7).

Così pare che per Della Casa appropriato sia il comportamento che in relazione all'altro non suscita “schifo”, e che tale comportamento non solo non vada compiuto in atto, ma tanto meno in potenza, e cioè evocato tramite il linguaggio. Tale macro-regola vige ancora oggi, giacché è considerato disdicevole riferirsi ad esempio a situazioni corporee turpi nell'atto di una comune libagione, a meno che — ecco riemergere l'indessicalità — quest'ultima non sia ad esempio una cena conviviale di un team di proctologi. Nell'estratto di Della Casa pare quindi che siano contenute in nuce buona parte delle specificità dell'appropriatezza come dispositivo semiotico imputato alla modellizzazione della semiosfera, che ora verranno prese in considerazione.

### 3. Cogenze del Galateo

#### 3.1. Galateo e buonsenso

Una prima emergenza è quella che vede affiancati provocatoriamente Della Casa a Cartesio. Il “buongusto” (termine che il monsignore beneventino non adopera ma che ha buon diritto di essere considerato ad oggi traduzione endolinguistica di “galateo”) pare infatti radicalmente slegato dal “buonsenso” — traduzione condivisa dell'originaria *bona mens* — di derivazione cartesiana. La *bona mens* del *Discours de la methode* (1637) è presentata come una condizione condivisa dell'uomo che garantisce l'equipollenza delle ragioni individuali, per la quale tutti siamo potenzialmente in grado di distinguere il vero dal falso. Il buonsenso cartesiano dunque si assesta su una precipua e incontrovertibile dimensione dell'essere. Al contrario il buongusto di Della Casa concerne configurazioni del vivere sfocate, ove intervengono componenti estetiche e personali in rapporto con la validazione o meno da

parte di una comunità di interpreti; scrive invero Camillo Etti in *Il buon gusto ne' componimenti rettorici* (1696) che “il vocabolo buon gusto, [è] proprio di chi ne' cibi sanamente discerne il buon sapore dal reo”, così come per Baltasar Gracián (gesuita spagnolo che studiosi come Benedetto Croce, Hans George Gadamer e Emilio Hidalgo–Serna riconoscono come padre del termine “gusto”) dice dell'uomo di gusto che è sostanzialmente uomo di “tatto”. Si deduce così che i due concetti si possano mappare all'interno del quadrato greimasiano della veridizione, almeno in misura analitica, come manifestazioni di un “essere” contro un “sembrare”, salvo constatare come *l'ethos* comune tenda invece a considerare un comportamento di “buongusto” come un comportamento di “buonsenso”, dispiegando le dimensioni del vero e del verosimile in un unicum talora fumoso. Tale foggia linguistica poggia sulla intrinseca risemantizzazione che investe la locuzione *bona mens* quando traslitterata in buon — appunto — senso, espressione che allude all'esistenza di una semiosica moralizzata per la quale esisterebbero nel contempo del buon senso e del cattivo senso; siffatta assiologia morale del senso è in effetti condivisa da buona parte della credenza comune che appunto tende a limitare le zone del cattivo gusto annettendole ad alcune presunte del “cattivo senso” e sancendo, tacitamente o normativamente, topologie del dicibile e dell'indicibile. Risulta chiaro che se l'idea di considerare il gusto e il senso come sfere dell'esperienza tramezzabili non sia affatto da considerare come erronea (in qualche modo è una forma di blando sensismo, de facto assai peirciano giacché costruito sulla percezione), la sua degenerazione in termini buonisti o cattivisti possa invece costituire il motore di una silenziazione coatta.

### 3.2. *Galateo e linguaggio*

Traspare dall'estratto di Della Casa una concezione pragmatica del linguaggio come di uno strumento sempre votato — anche inconsapevolmente — ad atti di perlocuzione e conazione, e da considerarsi come “uno dei modi [...] con cui l'uomo entra in rapporto col mondo” (Novielli 1973). Il potere intrinseco del linguaggio dunque ne sancisce una sorta di energica agentività, per la quale “dire è sempre fare”, che spetterebbe di essere affievolita dall'etichetta in dipendenza dei contesti. La capacità del linguaggio di generare conseguenze al di

là delle referenzialità che proferisce andrebbe quindi domata, dato che Della Casa sembra affermare quanto sancito molti secoli dopo, e cioè che:

Il linguaggio ri-costruisce il mondo, cioè lo disegna e lo designa. [...] Crea l'oggetto e, nella duplice esplosione che caratterizza ogni rimbalzo, crea il soggetto, quel soggetto universale che ognuno è in quanto parlato dal voce del linguaggio (Sini 1989, 61).

Il galateo è quindi pensabile come un linguaggio (Rossi-Landi 1968, 113), o meglio un metalinguaggio che agisce prima della semiosi.

### 3.3. *Galateo e ta'ârof*

Il buongusto è un regime metasemiosico. Esso costituisce una sorta di filtro che intercedendo sull'aspetto significante di una data comunicazione ne calмира il significato secondo i dettami enciclopedici di un determinato spazio-tempo, come una sorta di setaccio simbolico. Ne consegue che il buongusto sia de facto direttamente connesso a una precisa semiosfera di riferimento, e cioè non costituisca di per se stesso una sorta di dominio in valore assoluto; in effetti ciò si dimostra facilmente sul piano empirico: basti scegliere, anche casualmente, due culture relativamente distanti nello spazio o nel tempo per verificare come esse, sul piano antropologico degli usi e dei costumi, concepiscono forme di buongusto, codificate secondo sistemi più o meno rigidi di regole, diametralmente opposte. Si pensi alle buone maniere riferite al caso del "cerimoniale" dell'offerta di cibo nella tradizione borghese italiana rispetto a quelle del *ta'ârof*, complesso persiano di regole cerimoniali che ne risultano antitetiche<sup>2</sup>:

2. Cfr. anche Leone 2009.

“[...] taarof routines may be performed by Iranian interactants verbally and nonverbally. For example, in a host and guest situation, Iranian guests may show the host respect by accepting the food offered to them only after it has been rejected several times” (Taleghani–Nikzam 2002, 89).

“Se esci con la mamma od altra signora che per grado od età siati superiore, [...] le offri di portarle lo scialle, o l’ombrello, [...] e li porti con ogni riguardo, ma non la tedii con troppa insistenza, se ella rifiuta di confidarteli. Altrettanto fai quando offri qualche cosa a chicchessia, come p. es., cibo, bevanda, profumi, modo di ricrearsi o di riposare. La troppa insistenza nel far accettare è inurbanità [...]” (De Gubernatis Manucci 1872, 30–31).

### 3.4. *Galateo e purezza*

In ultima analisi affiora prepotentemente da Della Casa, così come da buona parte della tradizione testuale dell’etichetta in Italia (e non solo), una componente assiologica forte, che ascrive retoricamente la genesi della normatività proposta / imposta a un sistema di valori di fondo. In tal senso è possibile leggere la storia dell’etichetta come un costrutto ideologico, giacché ogni assiologia nel momento in cui si vede traslocata dalla virtualità all’attualizzazione diventa ossatura soggiacente a un’ideologia (cfr. “ideologia” in Greimas e Courtés 1979). Nel merito del Galateo e dell’etichetta in generale l’origine prima dell’assiologia di fondo risulta essere un’ideale *purezza*, come quello che sta alla base del percorso presupposizionale individuato da Carlo Autiero paragonando il rituale del *té Chaji* alle prove iniziatiche necessarie all’accesso alla massoneria: *purezza* → *rispetto* → *armonia* → *tranquillità* (2006). Risulta evidente come tale percorso delinei una specifica aspettualità rituale, che collega determinati assetti comportamentali (che si percepiranno come positivi e determineranno una coazione a ripetere) con le tappe verso la tranquillità. La *purezza*, chiave per il raggiungimento della tranquillità (etimologicamente *trans+quillus*, uno stato pacifi-



cato di quiete), è sempre raggiunta attraverso il rito<sup>3</sup>. Così alla base dell'assiologia — ergo dell'ideologia — dell'etichetta sembra esserci il desiderio di una tranquillità generale, che si raggiunge passando per armonia, e ancora prima per rispetto, e ancora prima purificando e purificandosi. Risulta abbastanza evidente come la costruzione di un sistema normativo e ideologico basato sulla purezza possa produrre gradi di pericolosità sociale anche piuttosto debordanti, dal momento che il fulcro ideologico sta proprio nello stabilire i criteri che discernano l'impuro dal puro, e che quindi attraverso i sistemi normativi derivanti sentenzino sull'epurabile, ovvero su ciò che è "sporco" innanzitutto linguisticamente, e cioè che determina la demarcazione fra "ordine e disordine" (Douglas 1966).

Antropologia e linguistica si intersecano dunque nella comprensione di un così radicato meta-sistema comportamentale e di senso, in grado di definire regimi contestuali di potere, e di arginarli a livello comunicativo. Cosa accade però quando le società si proiettano nella rete internet ramificandosi e strutturandosi attraverso le diegesi dei social network e del Web? Si rilevano nuove forme di autolimitazione, che non sono solo quelle della cosiddetta e controversa *netiquette*<sup>4</sup>, e conseguenti modalità di dissenso, come già accadeva agli inizi dell'Ottocento col movimento decabrista:

[...] Per l'ostentata trascuranza del "galateo linguistico" era celebre Nikolaj Turgenev. Negli ambienti vicini ai decabristi la marcata inurbanità e "sgarbattezza" del comportamento linguistico erano definite come comportamento "spartano" o "romano", ed erano contrapposte a quello "francese", valutato in termini negativi (Lotman 2006, 193).

3. Per un approccio transdisciplinare alla natura incoativa/durativa/terminativa del rito in termini aspettuali come modo di spostamento da e verso la purezza cfr. Bell 1997.

4. "While most netiquettes concur with the basic principles of international communication, there are distinct differences in regard to the linguistic regulation of electronic discourse. In fact, some netiquettes advocate exactly the same language behavior that other prohibit. [...] THUS, THE CORPUS OF RULES REGULATING ELECTRONIC DISCOURSE AT PRESENT IS QUITE INDEFINABLE AND CONTROVERSIAL" (Chen e Cruickshank 2009, 129).

#### 4. Fuori dall'etichetta

Dunque l'etichetta è sostanzialmente un dispositivo ideologico utile a imporre dei paletti all'interno della semiosfera, e l'ambiente online — come nel caso, certo non unico, dei social media — consente il proliferare di movimenti più o meno consapevoli desiderosi di riscrivere le topologie che essa determina. Alla base di queste forme di riscrittura vi è la constatazione di un progressivo sbiadirsi della pregnanza semiosica delle norme associate all'etichetta, che vengono considerate come desuete o non accettabili. Andare contro l'etichetta significa quindi risemantizzare la norma attribuendole un senso nuovo, finanche esplicitandone un non-senso. Esempi giocosi, ma alle volte privi di un'autocoscienza che ne certifichi una politicità di fondo, sono pagine Facebook come *Sesso, droga e pastorizia* (1 milione di fan ca. a Maggio 2016) che fanno del cosiddetto cattivo gusto la prima strategia retorica di ancoraggio di seguaci e di spontanee forme di proselitismo. In questi casi l'etichetta è riscritta mediante la produzione di devianze endostrutturali, o di hacking semiosico interno. L'esercizio del cattivo gusto è infatti operato entro i confini algoritmici del social network stesso, che si è obbligati a rispettare in toto, e quindi sul piano enunciazionale non si varia la sintattica ma si agisce piuttosto sul piano semantico, postando contenuti che possano costruire comunità d'appartenenza che si gratificano nel cagionare sconcerto in chi vi è escluso. Si tratta in sostanza del reiterato inserimento di materiali caratterizzati da *politically incorrectness*, manifestamente e orgogliosamente blasfemi, sessisti, razzisti, utili a produrre forme di comicità al di fuori degli standard usualmente previsti dall'etichetta. Più tangenzialmente gruppi di soggetti (o singoli soggetti con più avatar "fasulli") slittano verso forme di devianza metastrutturale che prevedono l'annichilimento di alcune zone della struttura giudicate in maniera "negativa" (come per i decabristi lotmaniani). Un esempio diffuso è quello di *flamewar* e *shitstorm*<sup>5</sup>, cioè del programmatico tentativo rispettivamente di scatenare liti a partire da chirurgiche azioni di trolling e di arrempare interi gruppi destituendone il regolamento interno attraverso tecniche di *password sniffing*<sup>6</sup>, basate sullo spodesta-

5. Per una dissertazione semiotica accurata su questi temi cfr. Mazzucchelli 2016.

6. Per un'analisi sociosemiotica operativa del trolling cfr. Thibault 2016.

re gli amministratori di una pagina carpendone le password attraverso operazioni più o meno grossolane di ingegneria sociale.

Esiste però un mondo sommerso ove gli strumenti semiotici finora proposti, e il concetto di viralità nelle sue varie formulazioni e problematizzazioni, possono essere applicati altrettanto fruttuosamente. Si tratta del *deep web* (e più nello specifico delle *darknets*). Esso fin dal nome è capace di evocare domini misteriosi e sfocati, che nel contempo affascinano e inquietano, eppure sulla sua reale entità non c'è ad oggi quasi nessuna consapevolezza.

Il deep web non è un luogo, sebbene sia solitamente concepito così. Con tale locuzione s'intende tutto quanto non sia indicizzato nei motori di ricerca tradizionali online, e cioè di fatto un repertorio di informazioni latenti, raggiungibili adoperando percorsi inconsueti rispetto a quelli solitamente adottati dall'utente durante la sua esperienza di navigazione. Una ottima definizione semiotica di *deep web*, che inquadra il web intero in termini semiosferici, è fornita da Mattia Thibault:

Il confine della semiosfera separa il web “visibile” dal Deep Web — vero e proprio spazio extraculturale. Si tratta di quella porzione della Rete non raggiungibile senza software e connessioni particolari, che ospita siti dedicati ad attività illegali, come Silk Road (una sorta di Amazon delle droghe, più volte chiuso e riaperto), siti dedicati alla pedopornografia, portali che supportano la compravendita di documenti falsi e di dati riservati e così via. Sebbene la separazione fra il web visibile e quello profondo sia piuttosto netta, vi è comunque un piccolo spazio per la trasmissione e traduzione di senso attraverso il confine — ovviamente limitato dal forte taboo che connota parte dei contenuti del Deep Web (Thibault 2015, 241).

Nonostante sia difficile fare un computo preciso, data la costante modificazione delle quantità di contenuti che entrano ed escono dalla rete internet, pare che già nel 2001 il deep web fosse fra le 400 e le 550 volte più voluminoso del comunemente definito World Wide Web<sup>7</sup>. Risulta evidente dunque che le potenziali diffusioni virali all'interno del deep web siano, almeno virtualmente, ben più gargantuesche e incisive rispetto a quelle del clear web; basti pensare ai fenomeni di *P2P sharing* che richiedono software ad hoc che consentano di sezionare trasversalmente la rete senza la navigazione web, mettendo in

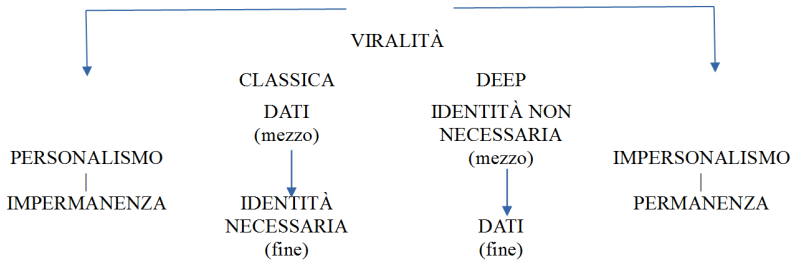
7. Cfr. Bergman 2001.

comunicazione diversi nodi e generando silenziosi e immani traffici di dati. Tali traffici non sono solo virali in misura della trasmissione di un contenuto da un nodo all'altro, ma anche e soprattutto si poggiano su sostrati simbolici per i quali il semiotico interessato a questi temi non può che nutrire interesse; essi infatti si agganciano prepotentemente a fitti sistemi di valori maturati dai movimenti *Free Software* e sedimentati nelle pratiche P2P, che per statuto rimangono sempre in forma prototipa, cioè risultano sempre messe in discussione dalle comunità di appartenenza che le adottano. Vigono in questi "ambienti" pasture di filosofie anarcoidi e libertarie, di collage politici complessi che attingono spesso a immaginari letterari, e che non esitano anche a sfociare in ideologie cospiratorie. Tali complesse configurazioni assiologiche, tendenzialmente ancorate a basi anti-governative o anti-sociali *latu sensu*, reificano sempre una condizione teleologica, e cioè finalizzano a obiettivi di miglioramento collettivo. A tal proposito risulta utile rispolverare il concetto lotmaniano di culture grammaticalizzate, giacché gran parte delle comunità online basate sul P2P sono costruite attorno a statuti regolatori articolati, oltre che spesso gerarchizzate.

Ecco dunque emergere una modalità della viralità inesplorata, e cioè sostantivata in termini impersonali. A confronto con la viralità online "classicamente" intesa, quella per la quale i soggetti scelgono, mossi da motori semiotici e spinte sociali, di diffondere contenuti sui propri profili social in ottica anzitutto autopromozionale (condividere un video significa stabilirvi un rapporto di contiguità di significato, adottarne i valori soggiacenti, farsi ambasciatore di una quantità discreta di senso che contribuisce a costruire l'identità del soggetto condividente), ma che porta solitamente all'esaurimento dell'efficacia del contenuto una volta cavalcato un picco di condivisioni, la viralità "deep" o "dark" è impersonale<sup>8</sup>, ma permanente. I costrutti paratestuali sono radicalmente variati: le interfacce Torrent sono ad esempio utili allo scambio dei contenuti e alla discussione di criticità nel merito, ma le identità sono celate programmaticamente tramite nickname e tanto più ci si inoltra nel profondo tanto più l'anonimato diviene condi-

8. La locuzione "viralità deep", che adoperiamo in questo saggio, è in realtà un'approssimazione utile ai fini di un'analisi generale, come quella che si sta proponendo. Una tassonomia più stringente può certamente essere proposta per identificare i vari tipi di viralità nel deep web, che pur se accomunati dalle caratteristiche che si stanno individuando possono produrre devianze verso la viralità "classica".

zione necessaria. In altre parole la compresenza di un nickname / avatar è funzionale in termini diversi: nella viralità deep il nickname è simulacro — non indispensabile — per lo scambio di dati, informazioni, e valori<sup>9</sup>; nella viralità classica lo scambio di dati, informazioni, e valori è simulacro per la veicolazione del nickname stesso.



Tale inversione relazionale esplicita due modi diversi di pensare alla viralità. Nel caso classico si tratta di una viralità strutturalmente effimera, retta sul contenuto che sussiste con natura evenemenziale, cristallizzata, e probabilmente destinata a perire (salvo casi di ritorno di fiamma, comunque sottostanti alla stessa logica dell'esacerbazione). Il sistema in questo caso è dato, non importa come né da chi, e l'interesse è posto su contenuti che possano valorizzare positivamente l'identità di chi li condivide. Al contrario la viralità deep non identifica l'unità replicantesi nel contenuto, ma nel contenitore e nei modi attraverso cui questo viene fruito dall'utenza. Chi scarichi un contenuto mediante un software P2P contribuisce alla sua diffusione — e può scegliere se cauterizzare la catena nel suo nodo impedendo che altri lo scarichino dal suo dispositivo, o se invece proseguirla — ma soprattutto e fondamentalmente appoggia una logica della scambio che continua a crescere, nonostante la chiusura dei software e dei siti che consentono di effettuare determinate operazioni. Si tratta di una sorta di meta-viralità per la quale si diffonde il *modus operandi* con le sue

9. Questo, come si è detto nella nota precedente, è vero particolarmente per le forme del deep web che stiamo analizzando nel corso della dissertazione. Va precisato in ogni caso come si tratti di una generalizzazione analitica allo scopo di evidenziare due paradigmi opposti, e come ciò non significhi che l'interezza del deep web o delle darknets, ben più ampi rispetto ai fenomeni che in questo saggio vengono citati e analizzati, protocolli nella sua totalità il nickname come simulacro.

specificità, la struttura, piuttosto che il testo. I sistemi della viralità deep sono in perenne “work in progress”, volutamente modulari, e l’interesse primario non è che trasmettano determinate informazioni, ma che continuino ad adempiere alla trasmissione stessa (meglio se con costante ottimizzazione), strutturalmente tesi alla permanenza.

È nel contesto della viralità deep che la fuoriuscita dell’etichetta muta drasticamente da una dimensione endostrutturale a una esostrutturale. L’hacking dell’etichetta in questo caso avviene esternamente alla struttura che le soggiace. Non si hackera più la dimensione testuale, ma quella strutturale, introducendone di nuove atte a sovvertire il senso di quelle pre-esistenti. Nondimeno questa modalità di risposta all’etichetta non sussiste unicamente nella darknet, ma anche in zone “ponte” fra questo e il *clear web*, come nel caso del famoso sito *imageboard 4chan.org*. Questo ambiente, online dall’Ottobre 2003, è costruito su una struttura modulare, con una grafica spoglia, e si configura come raccogliitore di bacheche tematiche ove chiunque può scrivere in un regime di anonimato. L’organizzazione è basica e volutamente legata alle origini del web: ogni post entra a far parte di una cascata informazionale in perenne movimento (come per forum e newsgroup). Tuttavia una delle bacheche più note di 4chan è denotata da una peculiarità: si tratta di */b/*, la bacheca random ove l’argomento prescelto è il nonsense, e che diviene pertanto il ricettacolo di contenuti che vanno dal *politically incorrect* al totalmente ripugnante, con rare possibilità che trapeli l’autore e sempre in sospensione in un gioco che li maschera per “reali” quando invece tendenzialmente costituiscono finzioni. */b/* è dunque emblematico di una forma di protesta ludica contro una presunta tirannide del senso, che si espleta nel postare sistematicamente contenuti di cattivo gusto in modo da “togliere la voglia a chi entra di tornare”, e sortendo invece l’effetto contrario. Nell’ordine dal punto di vista sociosemiotico si possono individuare quindi una serie di specificità di 4chan, e nella fattispecie di */b/*<sup>10</sup>:

- a) Attrazione–repulsione come modalità di costruzione di comunità di appartenenza

10. Per approfondire cfr. Auerbach 2012 mostra bene come in ambienti come 4chan o simili non ci sia una mancanza di etichetta, ma un’etichetta alternativa, spesso in manifesta opposizione con quella mainstream.

- b) *Train Wreck Effect*<sup>11</sup>
- c) Anonimato come istanza politica
- d) In 4chan si rintraccia la genesi di movimenti come Anonymous, Chanology, Lulzsec, etc.
- e) Distruzione di ogni assiologia/ideologia e rimodulazione delle topologie semiosferiche in virtù del diritto a una semiosica senza tabù
- f) Creatività collettiva ed emersione dei pattern memetici di cui tutto il web è “debitore”<sup>12</sup>
- g) Umorismo interno per “iniziati”

## 5. Satira vs satiriasi

Constatate le componenti semiopolitiche relate a fenomeni come il trolling, le shitstorm, o a pagine come *Sesso, droga e pastorizia e /b/*, e ovviamente alle manifestazioni del deep web oggetto di questa dissertazione, significa dover fare i conti con la natura di questi “borborigmi sociali”, nel tentativo di definire se si tratti di operazioni a tutti gli effetti d’interesse semiotico, o se invece siano manifestazioni bio-sociodeterministiche sulle quali le scienze del segno non possono intervenire. In altri termini è necessario definire se si tratti di forme di (proto)satira, caratterizzate dalla manifestazione di un diritto all’alternativa, estremamente semiotiche, o se invece siano metaforiche forme di satiriasi, lemma oggi in disuso un tempo adoperato per descrivere patologie “epilettiformi [...], perché nella fatalità della espressione libidinosa [...] cessano ogni potere inibitore [...]” (De Giovanni 2014, 213). Distinguere dunque fra un’estetica dell’eccesso e una clinica dell’eccesso è il primo passo per definire se l’orizzonte epistemico semiotico sia quello adatto all’analisi dei fenomeni di fuoriuscita dall’etichetta online, e solo in seguito è possibile adoperarsi nel tentativo di estrapolarne gli apparati semiosici, in concomitanza con una valutazione sociologica che restituisca le radici dell’inclinazione cinica di fondo. La rete è infatti un coacervo identitario ove si mescolano, spesso in misura indistricabile, forme di cinismo e forme di

11. Cfr. Wilson 2013.

12. Per un’analisi semiotica dei meme online cfr. Marino 2014, 2015.

*kinismo*, per usare la distinzione di Sloterdijk (1983), che usava con i due termini (*Zynismus* v *Kynismus*) contrapporre il cinismo dei mezzi con quello dei fini, entrambi affini sul piano operativo — poiché votati a decostruire una struttura — ma dissimili su quello teleologico, giacché il primo volto all’arrivismo personale mentre il secondo a una sorta di “arrivismo universale”, raggiungibile annichilendo l’idea di una singolarità intangibile. Risulta piuttosto evidente come i social network possano essere letti come luoghi del cinismo mentre il deep web e le strutture clear web che ne sono “ponte” (semantico o pragmatico) del kinismo.

## 6. Conclusioni nel maelstrom

Eppure il deep web non è solo questo, ma anche l’insieme di tutti quei siti e contenuti governativi, medici, universitari, e così via, che risultano crittati al grande pubblico. A livelli più profondi diviene il cosiddetto dark web, ovverosia luogo (restando ancorati alla metafora topologica) di scambio di contenuti illegali o moralmente considerati illeciti, modalità prediletta dei mercati neri, che nonostante l’illiceità sfruttano le logiche delle strutture virali di cui sopra. Al suo interno è possibile incappare in siti di compravendita di droga e armi, commercio di pornografia illegale (infantile, snuff movies, etc.), e ancora assoldare hacker su pagamento o “contrattualizzare” sicari, e così via. Nel dark web ogni operazione di scambio è consentita e protetta da forme di anonimato assai complesse da svelare. L’anonimato, condizione qui nuovamente strutturale, si può ad esempio facilmente ottenere da software come *Tor*, che sfruttando i cosiddetti protocolli di *onion routing* filtrano e crittografano l’ip degli utenti attraverso strati di protezioni che non ne consentono la tracciabilità. A tal proposito seminale è il caso di Silk Road, dismesso sito di e-commerce — attivo nel deep web — costruito imitando le interfacce tipiche dei più noti siti di compravendita online, che ha costituito un diffusissimo modulo per la compravendita di droga, a tal punto da essere definito l’*Amazon delle droghe*, e a cui era impossibile accedere se non in condizioni di anonimato attraverso il software *Tor*. Dal punto di vista dell’interazione venditori e compratori comunicavano attraverso nickname, esattamente come accade su siti quali Ebay o simili, ed



erano presenti indicatori come valutazioni del cliente o simili che garantivano sulla qualità o meno di un venditore, oltre che una gerarchia di amministratori, presumibilmente capeggiata da tal DPR — *Dread Pirate Roberts*, che vegliavano sui comportamenti all'interno del sito basandosi su specifici codici (ecco la grammaticalizzazione), fra i quali spiccava la regola di “non vendere beni o servizi che danneggiassero gli altri”. È lampante come quest'ultimo precetto sia suscettibile di messa in discussione dal momento che sul sito venivano vendute prevalentemente droghe (ma non solo), ma ciò che in questa sede interessa è l'associazione, in via di principio non necessaria, di uno stratificato sistema di valori all'interno di un mercato nero online. DPR — nickname derivante da un personaggio del romanzo *La principessa sposa* di William Goldman il cui nome è costantemente tramandato di persona in persona — infatti, presunto inventore del sito, si faceva promotore nei forum di discussione (componente metacritica tipica di certe forme di condivisione online)<sup>13</sup> di ideali filosofici libertari e cripto-anarchici, con riferimenti più o meno approfonditi a correnti della filosofia continentale.

Emerge quindi prepotentemente quella viralità impersonale tipica della devianza esostrutturale, votata a un'ideologia che si potrebbe definire come “criptocratica”, che vede il soggetto come ruolo attanziale inserito nella narrazione di siti come Silk Road investito della modalità del potere grazie allo strumento di un anonimato matematico (garantito cioè da algoritmi molto difficilmente espugnabili), il cui oggetto di valore è una riconquistata libertà presumibilmente minacciata dal giogo dei consumi individuali. Nei termini di una topologia dell'etichetta Silk Road si configura quindi come un caso emblematico di rottura dei paletti canonici della moralità all'interno della semiosfera e di riappropriazione di zone del senso usualmente viscoso o del tutto impenetrabili. Discussioni circa la compravendita di droga sono socialmente stigmatizzate, se non perseguite, purché non avvengano in contesti assai delimitati dal punto di vista paratestuale (lo spettacolo satirico, la conversazione goliardica fra amici, l'indagine delle forze dell'ordine); al di là quindi delle conseguenze semioetiche del caso, che qui non verranno trattate, è rilevante studiare Silk Road e gli esempi summenzionati come manovre di riscrittura delle estensioni si-

13. Sui *comment systems* online cfr. Idone Cassone 2015.

gnificanti della semiosfera, capaci di rimodellarne i rilievi e romperne le barriere (il sito in questione non era segreto, ma anzi piuttosto noto). Il caso Silk Road è un esempio rappresentativo di quelle geografie culturali che si crogiolano nel loro essere sotterranee, volutamente e orgogliosamente fognarie, ma nel contempo sfacciatamente presenti.

Ne consegue, per epilogare la teoresi issata sin qui, che il silenzio non sia semiotico fintanto che non vi si applichi una polarità, inscrivendolo in un regime opposizionale. Non è un fatto semiotico il silenzio del muto, ma un fatto biologico. È semiotico semmai il silenzio della suora carmelitana o del *sadhus* induista, o dell'oppresso dalla tirannia. Nel caso di Silk Road questa tirannia viene fortemente individuata — una dittatura dei flussi cui si oppone una logica della percolazione<sup>14</sup> — e da essa si individua un silenzio che ne è propaggine, utile a sostanzare la voce della utenza. Le considerazioni semiotiche che ho fin qui mosso sono quindi da inscrivere non solo nel regime di una semiotica della viralità, ma anche di una semiotica della protesta che, così come la intende Leone, deve:

“analizzare il modo in cui la protesta–testo diviene oggetto di metadiscorsi e metalinguaggi che, attraverso i media più disparati, contribuiscono a una continua ridefinizione del senso della protesta, obbedendo a ideologie e retoriche più o meno esplicite” (2011).

## Riferimenti bibliografici

- AUERBACH D. (2012) Anonymity as Culture: A Treatise, “Triple Canopy”, 15. Disponibile nel sito [canopycanopycanopy.com/contents/anonymity\\_as\\_culture\\_\\_treatise](http://canopycanopycanopy.com/contents/anonymity_as_culture__treatise) (ultima consultazione 15 Dicembre 2016).
- AUTIERO C. (2006) *Un percorso semiotico nel parco romantico jappelliano*. Meltemi, Roma.
- BELL, C. (1997) *Rituals. Perspectives and Dimensions*, Oxford University Press, Oxford–New York.

14. Tracce dell'idea di ipertesto pre–social network come oggetto di percolazione in Castellucci 2014. Maggiori approfondimenti nella lectio di Nathalie Roelens *La svolta virale nella filosofia contemporanea* per gli “Incontri sul senso 2015–2016” organizzati da CIRCe presso l'Università di Torino, visionabile al seguente link: [youtube.com/watch?v=d9B-GENA4Ts](https://www.youtube.com/watch?v=d9B-GENA4Ts).

- BERGMAN M.K. (2001) "The Deep Web: Surfacing Hidden Value", *J. Electronic Publishing*, 7(1).
- CHEN H. e CRUICKSHANK, K. (2009) *Making a Difference. Challenge for Applied Linguistics*. Cambridge Scholars Publishing, Cambridge.
- CASTELLUCI P. (2014) *Dall'pertesto al Web: storia culturale dell'informatica*, Laterza, Bari.
- CIV'JAN T.V. (1973) "Semiotica del comportamento umano in situazioni fisse (inizio e fine delle situazioni di etichetta)", 64–86. In: Lotman, Jurij M. e Uspenskij, Boris, *Ricerche semiotiche. Nuove tendenze delle scienze umane nell'URSS*, Einaudi, Torino.
- DE GIOVANNI A. (2014) *Nevrosi e neurastenia*, Aonia edizioni, Raleigh.
- DE GUBERNATIS MANNUCCI T. (1872) *Galateo insegnato alle fanciulle con mezzo d'esempi storici e morali*. G.B.Paravia e comp., Roma/Torino/Firenze/Milano.
- DELLA CASA G. (1845) *Prose scelte*, Pietro Ficcadori, Reggio Emilia.
- DOUGLAS M. (1966) *Purity and Danger. An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. Routledge, Londra/New York.
- DURANTI A. (2002) *Culture e discorso: un lessico per le scienze umane*, Meltemi, Roma.
- ECO U. (2003) *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*, Bompiani, Milano.
- FABBRI P. (2012) *Satira*. In [www.paolofabbri.it](http://www.paolofabbri.it) (ultima consultazione 06/06/2016).
- IDONE CASSONE V. (2015) "L'ordine dei discorsi. Censura e visibilità nei *comment systems*". In *Lexia*, 21–22, 255–270.
- JENKINS H. (2013) *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, New York.
- LEONE M. (2009) "Iranian ta'ârof and Italian cerimonie: on the semiotics of politeness", 2: 904–914. In: Tarasti, Eero, ed. *Communication: Understanding/Misunderstanding. Proceedings of the 9th Congress of the International Association for Semiotic Studies held in Helsinki and Imatra, June 2007*, 3 vols. Special Issue of *Acta Semiotica Fennica*, 34.
- , (2011) "Breve introduzione alla semiotica della protesta", online. *E/C, online journal of the Italian Association for Semiotic Studies* (AISS), 20 November 2011
- , (2015) "Tacete! Il nemico vi ascolta." *Semiotica della taciturnità*, (179–198). In Leone, Massimo, ed. 2016. *Censura / \_\_\_\_*. *Censorship*, monographic issue of *Lexia*, 21–22. Aracne, Roma.
- LOTMAN, J.M. (2006) *Tesi per una semiotica delle culture*. Meltemi, Roma.
- MARINO, G. (2014) "Keep calm and Do the Harlem Shake: meme, Internet meme ememe musicali", in Isabella Pezzini & Lucio Spaziante, eds., *Corpi mediali. Semiotica, tendenze, estetiche del quotidiano*, ETS, Pisa.

- , (2015) “Il meme che non fa ridere. Ancora su “la foto del bambino”. Disponibile nel sito [www.doppiozero.com/materiali/web-analysis/il-meme-che-non-fa-ridere](http://www.doppiozero.com/materiali/web-analysis/il-meme-che-non-fa-ridere) (ultima consultazione 15 Dicembre 2015).
- MAZZUCHELLI, F. (2016) “Flamewar, shitstorm e altre catastrofi. Litigare ai tempi del social web”, (117–140). In Ferraro Guido, e Lorusso, Anna Maria, ed., *Nuove forme d’interazione: dal web al mobile*, Libellula, Tricase (LE).
- ROSSI-LANDI, F. (1968) *Il linguaggio come lavoro e come mercato*. Bompiani, Milano.
- SINI C. (1989) *Il silenzio e la parola*. Marietti, Genova.
- TALEGHANI-NIZKAM C. (2002) “Telephone conversation openings in Persian”, 87–110. In: Kang Kwong, Luke e Theodossia-Soula, Pavlidou, *Telephone Calls: Unity and Diversity in Conversational Structure across Languages and Cultures*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia.
- THIBAUT, M. (2015) “Do not talk about anonymous. Censura, autocensura e anonimato nelle periferie del Web”. In *Lexia*, 21–22, 237–254.
- , (2016) “Trolls, Hackers, Anons. Conspiracy Theories in the Peripheries the Web”. In *Lexia*, 23–24, 387–408.
- WILSON E.G. (2013) *Everyone Loves a Good Train Wreck. Why We can’t Look Away*. Sarah Crichton Books, New York.