

Gabriele Marino

## DIETRO LE FACCINE. ALLE ORIGINI DELLA SCRITTURIZZAZIONE DEL VOLTO NELLA COMUNICAZIONE ONLINE

### Il volto che si fa scrittura e la scrittura che si fa volto

Quello che per brevità possiamo chiamare semplicemente “volto” accompagna, marca e determina la nostra comunicazione online in molti modi<sup>1</sup>. I nostri avatar (alla lettera, le nostre “incarnazioni” digitali), per esempio le nostre foto profilo su un dato social network, sono quasi sempre un’immagine del nostro volto: tipicamente, un nostro ritratto fotografico. E quando pure questi avatar non mostrino il nostro volto, essi significano sempre e comunque in riferimento a esso, per differenza, ponendosi implicitamente in opposizione al classico modello della fototessera (o del selfie: il formato dell’autoritratto fotografico testimoniale per eccellenza)<sup>2</sup>. Il nostro volto ci identifica all’interno di una ecologia mediale che è la Rete della – supposta, dichiarata – trasparenza: quel social web che si è andato autonormando in opposizione all’Internet delle origini (fatto di chatroom, forum, blog), in cui anonimato anagrafico e *camouflage* visivo rappresentavano non l’eccezione ma la regola<sup>3</sup>. Oggi, invece, molte piattaforme social (per esempio Facebook) costringono utenti dai nomi “strani” (manifestamente pseudo o eteronomici) a cambiare username, richiedendo addirittura l’invio della copia di un documento d’identità, pena il blocco dell’account, mentre

molte app (per esempio Satisfay, dedicata ai pagamenti digitali) costringono i neo-iscritti a caricare foto profilo in cui il volto sia mostrato in chiaro, frontalmente e senza accessori, pena l’impossibilità di completare l’iscrizione e utilizzare quindi il servizio. Oggi, insomma, siamo costretti, come si dice, a “metterci la faccia”. La quale resta, però, un dispositivo semiotico essenzialmente sintattico, posizionale: se come foto profilo, invece del mio volto “naturale”, scelgo di mostrare l’immagine del mio gatto, la bandiera arcobaleno simbolo delle rivendicazioni LGBTQ+, una foto di Vladimir Putin o un monocromo nero, sto invitando i miei contatti social a considerare *de facto* come “mio volto”, euforicamente e sinergicamente oppure disforicamente e polemicamente, quelle immagini. Così inteso, partecipa della dimensione originariamente indessicale del mezzo e del testo fotografico, adoperato come metonimia e sineddoche della persona, il volto assume un valore mimetico (deve, vuole somigliarci) e identitario (ci individua, ci situa), anche qualora non rivesta una funzione in senso stretto rappresentativa (referenziale) ma costruttiva (utopica): è il caso del volto interpolato dall’applicazione, effettuata in tempo reale (quando ci autoinquadriamo tramite la camera dello smartphone) o *ex post* (a partire da uno scatto fotografico), dei filtri disponibili su programmi

e piattaforme più (Snapchat, FaceApp) o meno (Instagram, TikTok) specializzati. È questo un volto che potremmo definire proiettivo: proiezione del volto che vorremmo (anche se magari soltanto effimeramente e ludicamente), ma anche risultato della proiezione su di esso di vari dispositivi che potremmo definire para-facciali, i quali lo truccano, accessoriano, traducono; pensiamo ai filtri che ci dotano di lenticchini od orecchie a punta, che ci snelliscono, invecchiano o fanno cambiare genere, oppure a quelli che trasformano una foto in cartoon o vi intervengono plasticamente applicando un dato stile pittorico.

A un volto che si fa scrittura e (ci) rappresenta, in accordo con formati e grammatiche cristallizzati (avatar, selfie, filtri), fa da controcanto una scrittura, parimenti metabolizzata in seno ai nostri abiti comunicativi digitali, che prova a darsi un volto: che prova, anzi, a farsi volto. Il volto delle “faccine”<sup>4</sup>.

### Emoticon

Le faccine nascono come “volti diacritici”; metasegni esplicativi, disambiguatori la cui funzione è essenzialmente vicaria: sopperire alla povertà paralinguistica tipica della comunicazione mediata. Davanti allo schermo

del computer o dello smartphone non siamo materialmente in grado di percepire alcune dimensioni semiotiche e i relativi segnali, volontari e involontari, che queste possono produrre, quali sguardo ed espressioni facciali e tratti soprasegmentali come tono della voce, prosodia e inflessione; segnali che, nella interazione *in praesentia*, consentono una decodifica più completa e auspicabilmente corretta dei messaggi (oltre che della stessa situazione comunicativa)<sup>5</sup>. Una certa frase può essere detta in maniera neutra, ossia seriamente: quando semantica e pragmatica si sovrappongono punto per punto e l’intenzione, quindi, è veicolare quel messaggio che è desumibile dalla mera decodifica della sequenza alfanumerica che compone il testo. Oppure la medesima frase può essere detta giocando entro lo spazio di possibilità che si apre tra semantica e pragmatica: per esempio ricorrendo all’ironia, atto linguistico la cui forza illocutoria mira a rovesciare il senso proposto alla lettera dalla locuzione. È proprio per rendere conto della dimensione – direbbero i semiologi – timica e patemica implicata ma difficilmente disimplicabile dalla scrittura in sé, specialmente a fronte di tempi (la messaggistica è in tempo reale) e spazi ridotti (la rapidità dell’interazione implica la sua concisione, brachilogia; nei primi sms o su Twitter vi è un limite preciso al nume-

ro di caratteri adoperabili), che ci si è inventati le emoticon: per provare a rendere esplicito il nostro stato d'animo, con tutto quello che ne consegue.

All'ennesimo malinteso e conseguente battibecco scoppiato sulla *board* di discussione della Carnegie Mellon University di Pittsburgh, in Pennsylvania, ospitata della piattaforma Usenet (storico precursore dei forum), l'utente Scott E. Fahlman, trentaquattrenne formatosi come informatico al MIT di Boston, propone di utilizzare un espediente (tipo)grafico per segnalare le battute (*jokes*), inserendo a fine frase il "personaggio" (*character*) :-) (da "leggersi di traverso", inclinando cioè il capo a sinistra), e di marcare gli enunciati "che NON sono battute" con :-(. Fahlman aggiunge che sarebbe assai più conveniente impiegare solamente quest'ultimo simbolo, dato che le battute sono molto più numerose delle frasi dette seriamente. La conversazione viene salvata e fa testo, cosicché non abbiamo solo un anno di nascita, ma anche il giorno e l'ora esatti: 19 settembre 1982, 11:44<sup>6</sup>.

Queste due faccine polari (divertente vs non-divertente) vengono battezzate *smiley-faces* o *smileys*, con una controintuitiva sovraestensione della declinazione euforica a scapito di quella disforica (che ne rivela la funzione in ogni caso ludica), e cominceranno a essere chiamate sistematicamente *emoticon*, parola macedonia di *emotion* e *icon*, solo dalla metà degli anni novanta (alcune fonti dizionariali riportano come anno il 1994)<sup>7</sup>. In uno dei primissimi studi sull'argomento, datato 1987, tale termine (*emoticon*), in verità, veniva già registrato; si tratta di una tesi di laurea che indaga le strategie paralinguistiche adoperate all'interno dei messaggi di posta elettronica contenuti nei carteggi di sedici specializzandi in biblioteconomia, articolati in due gruppi in base all'expertise posseduta rispetto al nuovo sistema comunicativo: i novizi delle mail uti-

lizzano elementi paralinguistici, come punti esclamativi e, appunto, faccine, in maggiore quantità rispetto agli utenti avanzati<sup>8</sup>. Al di là dei singoli esempi analizzati e del dato aneddotico-filologico, questo studio è importante anche perché, presentando in appendice una serie di memorandum preparati da istituzioni e aziende per spiegare ai propri membri e dipendenti come decodificare e utilizzare correttamente le faccine, testimonia un importante momento all'interno del processo di informalizzazione della lingua: quella che utilizziamo online è, infatti, una sorta di interlingua, un ibrido che non può fare a meno di simulare alcune caratteristiche del parlato e dell'interazione faccia-a-faccia in forma scritta, ricorrendo a un linguaggio grafico-visivo. Le emoticon guadagnano un immediato, enorme successo proprio per questo motivo: rispondono a un'esigenza specifica, pressante e diffusa, sono facili da utilizzare e a disposizione di tutti; quella che Fahlman considera una propria creatura non è, infatti, mai stata coperta da copyright (accadrà lo stesso, nel 2007, con l'invenzione dello #hashtag su Twitter).

Nel corso del tempo l'impiego di questi segni si è moltiplicato (si sono presto create le faccine più disparate per veicolare i più disparati stati d'animo come, per esempio, lo stupore di :-O) ed è stato istituzionalizzato, ontologizzato da linguaggi di codifica, piattaforme e software: lo standard Unicode, incorporato nei principali programmi di videoscrittura, come Microsoft Word, trasforma automaticamente le stringhe :-) e :-(. basate sulla codifica del testo alfanumerico in ASCII (American Standard Code for Information Interchange), rispettivamente in ☺ e ☹. La loro coda lunga arriva fino alle *reactions* varate da Facebook nel 2016, "faccine" che rappresentano una evoluzione dei *likes* disponibili sui diversi social (pollici in su per Facebook, cuoricini per Twitter e Instagram)

allo scopo di marcare il nostro apprezzamento o comunque il nostro atteggiamento rispetto a un dato contenuto<sup>9</sup>.

## Emoji

Nell'altalena della pragmatica linguistica, che oscilla tra cristallizzazione e usura, da una parte, e moltiplicazione e rinnovamento, dall'altra, le emoticon hanno ampliato sempre più la loro gamma di utilizzi e il loro vero e proprio diritto di parola. Hanno cominciato a indicare non più solo una data emozione o atteggiamento associati a un dato enunciato, ma hanno assunto la funzione di strutturatori del discorso, una vera e propria punteggiatura vicaria (la faccina sorridente sta anche per un punto esclamativo, suggeriva già lo studio del 1987), e hanno cominciato a sostituire, grazie alla loro capacità sintetica, intere parole: se intendo dire a qualcuno, allusivamente, *vorrei darti un bacio*, posso dire anche *vorrei darti un :-\**<sup>10</sup>. Da elementi accessori per definizione, dalla portata semantica generalmente giudicata limitata<sup>11</sup>, hanno acquisito sempre più un significato pieno e quindi autonomia di significato. Sono diventate altro.

Nel 1999 il designer ventisettenne Shigetaka Kurita elabora un set di 176 simboli pittografici, 12x12 pixel ciascuno, per conto di NTT DoCoMo, una delle aziende leader nel settore telefonia in Giappone, e in particolare per il servizio Web i-mode, pensato per essere fruito dai più giovani tramite dispositivi portatili come i cellulari: l'idea è facilitare la comunicazione tra gli utenti consentendo la produzione di contenuti articolati, ma maneggevoli, in maniera rapida e divertente. Nascono quelle che chiamiamo emoji: il sole (☀), una nuvoletta (☁), un ombrello aperto (☂), un pupazzo di neve (☃), e poi un paio di occhi preoccupati (☹), un gattino sorridente (😺), un orologio (🕒) eccetera.

La somiglianza semantico-lessicale di questo termine con emoticon è sì opportuna, ma del tutto paretimologica: in giapponese *e* (絵) significa "immagine" e *moji* (文字) "personaggio". Se le emoticon nascono per esplicitare le emozioni e per farlo ricorrono alla stilizzazione del volto umano, nel canone kuritano, al contrario, la presenza del volto – e del volto fisiognomicamente connotato – appare piuttosto marginale: le emoji, allora, sono essenzialmente immagini stilizzate, non più da "guardare di sbieco", la cui vocazione è raccontare storie<sup>12</sup>. Se le prime sono *grassroots*, ossia nascono dal basso, dalle comunità di parlanti (Fahlman), le seconde nascono *corporate* (Kurita per DoCoMo): le emoji appaiono subito proiettate nel mondo non tanto della comunicazione, quanto più propriamente del marketing<sup>13</sup>. Lo statuto subito istituzionalizzato di queste nuove faccine sembra essere confermato anche dal confronto con un mondo dell'arte sempre più influenzato dal design e dalla comunicazione digitale: lo dimostra l'acquisizione, avvenuta nel 2016, del set originale realizzato dal designer giapponese da parte del MoMA di New York<sup>14</sup>.

Il successo delle emoji surclasserà quello delle antenate emoticon (anche grazie a un certo "favoritismo tecnologico"; Apple integrerà su iPhone la tastiera emoji nel 2011, rendendo organico l'utilizzo di tale linguaggio per i propri clienti), portando a compimento un percorso di affermazione pienamente linguistica, oltre il dato paralinguistico, che vedrà l'Oxford English Dictionary eleggere parola dell'anno 2015, quasi a ribadire l'idea di *iconic turn* proposta da Gottfried Boehm, non un elemento lessicale ma la "faccina con le lacrime di gioia" (*face with tears of joy*), giudicata particolarmente rappresentativa dello Zeitgeist contraddittorio e paradossale del momento: 😄.

La proliferazione delle emoji ha comportato una sorta di movimento *au contraire* rispet-

to alla funzione originaria delle faccine: se le emoticon servivano a disambiguare, le emoji sono spesso o così astratte o così articolate da risultare ambigue. Uno studio del 2016 condotto dal gruppo di ricerca GroupLens Research dell'Università del Minnesota ha mostrato come spesso “non sappiamo cosa stiamo dicendo quando usiamo un'emoji”; una buona percentuale del campione interrogato, infatti, non è stata in grado di assegnare con certezza un *sentiment* (valorizzazione neutra, positiva o negativa) ad alcune tra le emoji maggiormente diffuse o, al contrario, vi ha assegnato un *sentiment* opposto rispetto a quello codificato (esistono dei lemmari ufficiali a cui ci si può appellare in caso di dubbio, a partire da Emoji-pedia)<sup>15</sup>, come nel caso della programmaticamente contraddittoria *grimace face* (che, con il suo sorriso contrito, potremmo tradurre come “smorfia di imbarazzo”: 😬)<sup>16</sup>.

### Faccine da non fare o di cui non possiamo fare a meno

A fronte della evidente componente di complessità pragmatica che informa questi piccoli segni visivi, stupiscono – mentre per altro verso, non stupiscono affatto – le campagne di vero e proprio boicottaggio periodicamente ordite ai danni di faccine *et similia* allo scopo di colpire, tra tutte le componenti classicamente attribuite alle forme della comunicazione online, quella storicamente considerata come la più deprecabile: la semplificazione<sup>17</sup>. È sufficiente pescare tra i primi risultati restituiti da Google alla ricerca di informazioni sul caso della “parola dell'anno 2015”, per averne una testimonianza tipica: l'autore del breve intervento si improvvisa semiologo e distingue tra scrittura e digitazione, perorando la causa della parola scritta ed esplicita, la quale richiede tempo per essere formulata e coraggio per

essere comunicata, ma rischia inopinatamente di essere soppiantata dai pittogrammi<sup>18</sup>. È chiaro che considerazioni di questo tipo non riescono, pure ambendovi, ad andare – direbbe Gianfranco Marrone – “oltre il bar della comunicazione”<sup>19</sup>, visto che sembrano ignorare almeno quattro elementi fondamentali: ogni nuova adozione si assesta come *habitus* anche grazie alla sovraesposizione iniziale ricevuta, ai discorsi “meta-” che la chiosano e quindi moltiplicano (ossia: che la sovrarappresentano); scrivere nell'ambiente digitale e online non può essere una semplice rimediatazione trasparente della scrittura su carta, tendendo piuttosto naturalmente verso una spiccata multimodalità e multimedialità; l'uso delle faccine, anche di quelle tristi o più genericamente disforiche, come già accennato, è praticamente sempre accompagnato da una sfumatura ludica e autoriflessiva; l'uso delle faccine non si dà mai come esclusivo, ossia come radicalmente alternativo e sostitutivo rispetto alla parola scritta<sup>20</sup>.

Se, da una parte, alcuni sembrerebbero vagheggiare un tanto romanticheggiante quanto improbabile ritorno alla pura parola scritta, agli occhi del semiologo appare chiaro come questo nuovo linguaggio “ribolla come la superficie del sole”<sup>21</sup>, per cui se alcune cose vengono generate e altre si fondono assieme, altre ancora si freddano e seccano, in un gioco continuo di moti convettivi tra strati interni e superficiali, centro e margini. A fronte della consapevolezza che emoticon ed emoji siano ormai comprese nelle competenze digitali più largamente condivise<sup>22</sup>, oggi il cosiddetto analfabetismo funzionale non sarebbe più segnalato dall'impiego tecnicamente e pragmaticamente scorretto di una data faccina (come poteva esserlo ai tempi del sito When Parents Text, archivio Wiki costruito per sottolineare bonariamente i malapropismi dei genitori alle prese con sms e chat)<sup>23</sup> ma, in maniera

più subdolamente raffinata, dal suo impiego stilisticamente impacciato: alcune faccine sono invecchiate velocemente, sono passate di moda, e il loro uso appare esausto; chi dovesse utilizzarle si autodichiarerebbe così, involontariamente, fuori dal proprio tempo. Uno studio del 2021 curato dall'agenzia Perspectives Global, basato su un sondaggio somministrato a 2000 inglesi tra i 16 e i 29 anni (la coorte della cosiddetta Generazione Z o degli Zoomer, i nati tra la fine degli anni novanta del Novecento e i primi duemiladieci), mostra come i giovani, che in media utilizzerebbero 76 emoji a settimana nei loro messaggi, possiedano precisi *dos and don'ts* pittografici. Se appare deprecabile, perché “imbarazzante” (*cringeworthy*), l'uso di alcune emoji “vecchio stampo”, come molti dei modi principali per dire “ok” (la manina che fa il gesto unendo indice e pollice, quella con il pollice in su – giudicata “roba vecchia” dal 24% degli intervistati – o la spunta del *checked*, “fatto!”), come il cuoricino rosso, la faccina che piange a dirotto o quella contrita in una smorfia di disappunto (la già ricordata *grimace face*), altre come la celebrata *face with tears of joy*, la faccina contornata da cuoricini, quella pazzarella con gli occhi strabuzzati (*zany face*), la melenzana (dalle spiccate connotazioni falliche) o la fiammella riscuotono, invece, ampio e trasversale consenso<sup>24</sup>. Ci fa sorridere il personaggio di Gina Linetti (l'attrice Chelsea Peretti), segretaria del 99° distretto della polizia di New York dalla personalità eufemisticamente sopra le righe, quando comincia a parlare in modo bizzarro con i propri colleghi e, per spiegare il proprio comportamento, dice che “La lingua inglese non è in grado di catturare appieno la profondità e complessità dei miei pensieri, quindi sto incorporando emoji nella mia parlata per poterli esprimere al meglio. Faccina che strizza l'occhio [*winky face*]”<sup>25</sup>; ci fa sorridere, ma solo

perché ci mette di fronte alla verità dell'uso ormai del tutto prostetico che facciamo delle faccine operando uno spostamento mediale, passando cioè dallo scritto al parlato, onde renderlo maggiormente rilevabile. Se il bravo scrittore è tanto “sommizzatore del testo”<sup>26</sup> quanto dell'animo umano e sa, quindi, essere anche semiologo, ben consapevole che la disposizione sintagmatica di alcune passioni appare inafferrabile, ossia che alcune delle nostre sono “passioni senza nome”<sup>27</sup> (“*Rimango Ctrl+Alt+Senza parole*. Neanche le emoticon possono esprimere l'orrore che provo”<sup>28</sup>), è vero anche che, se ci fingiamo in un *Gedankenexperiment* per cui ci fosse improvvisamente precluso di utilizzare faccine nei nostri messaggi, ci troveremmo in profondo imbarazzo (ci produrremmo forse noi stessi in un *re-enactment* della *grimace face*): costretti come saremmo a volgere in parole concetti e immagini che ormai siamo abituati ad affidare alla icasticità della stilizzazione o, al contrario, alla sottile preterizione e alla decisa ambiguità associate a certe faccine.

### Protofaccine

La vulgata ha sempre storicamente assegnato la paternità delle emoticon al forum Usenet, all'utente Fahlman, alla funzione paralinguistica. Nel tempo però, come per ogni mito che si rispetti, si è cominciato a retrodatare *ad libitum* l'origine delle faccine, essendo quello dell'origine esso stesso un mito da cui sembra difficile riuscire a sottrarsi (specialmente in un ambito che, pure eminentemente linguistico-comunicativo, finisce per essere trattato come di pertinenza anche del tecnologico-mediale, ambito particolarmente ossessionato dal *topos* dell'invenzione). Il primo passo è la retrodatazione all'interno del mondo digitale.

Come riportato in un articolo, adesso offline (ma recuperabile tramite Internet Archive), pubblicato nel 2000 su "E-mail & More" (costola della celebre rivista specializzata "Smart Computing"):

Il 12 aprile 1979, [l'utente] Kevin MacKenzie suggerì un modo per vivacizzare i messaggi di posta elettronica, aridi e privi di emozioni. In un'e-mail a MsgGroup (una lista di discussione, nonché una delle prime mailing list in assoluto), suggerì di aggiungere del "sentimento" alle e-mail utilizzando alcuni simboli visivi e la punteggiatura, come -) per una frase da intendere in modo ironico [*tongue-in-cheek sentence*]. È così che sono nate le emoticon<sup>29</sup>.

Una ulteriore retrodatazione digitale fa riferimento alla piattaforma PLATO. Come ricorda lo specialista Brian Dear:

Il sistema PLATO è stato creato nel 1960 presso l'Università dell'Illinois. Inizialmente funzionava come un sistema a un unico terminale collegato al computer ILLIAC. Nel 1963, il sistema era in esecuzione su un CDC 1604 con più utenti simultanei. Nel 1972, il sistema si era espanso per gestire un migliaio di utenti simultanei su un mainframe CDC CYBER. La Control Data Corporation ha iniziato a commercializzare PLATO nel 1976, cosicché PLATO è stato installato in dozzine di città in tutto il mondo. Molti di questi sistemi erano interconnessi, rendendo possibile lo scambio di posta elettronica e accessi remoti attraverso la rete. Per quasi dieci anni, ci sono stati più utenti su PLATO che su ARPANET, il precursore di Internet<sup>30</sup>.

PLATO nasce come sistema educativo *computer based*, ma nel giro di qualche tempo, sorprendentemente, diventa

[la] prima comunità online nonché l'incubatore originale del *social computing* [comprendendo]: messaggistica istantanea, chat room, forum di messaggi, il primo giornale online al mondo, narrativa interattiva, emoticon, animazioni, beni virtuali ed economie virtuali, una fiorente comunità di sviluppatori, MUD (dungeon multiutente), pubblicazioni personali, screen saver<sup>31</sup>.

Dalla metà degli anni settanta, forse già dal 1972, su PLATO vengono impiegate configurazioni di caratteri che, grazie alle peculiarità di videoscrittura del sistema (è possibile sovrapporre più caratteri gli uni sugli altri), consentono di creare figurazioni particolarmente articolate: veri e propri personaggi (alcuni dei quali verranno anche dotati di nomi dagli utenti, derivanti dalle combinazioni necessarie per generarli; per esempio Wobtax: ☹<sup>32</sup>), protagonisti di giochi e intere storie, e non quindi precursori delle emoticon, quanto piuttosto delle emoji. È immaginabile che queste faccine non siano assurte agli onori della cronaca poiché PLATO rappresentava un'esperienza di nicchia, riservata ai primissimi *geeks* dell'informatica di massa; inoltre, il sito che rende possibile a tutti accedere alla sua storia è online dal 2000 (nel 2002, per il ventennale delle emoticon fahlmaniane, vi apparirà un breve trafiletto polemico proprio per ricordare come PLATO fosse "arrivato prima" e come sia stato invece dimenticato) e il libro che raccoglie le ricerche del suo curatore, Dear, è stato pubblicato solo nel 2017<sup>33</sup>.

Un ulteriore passo retrodatativo è il salto "al di qua" del mondo digitale. Qui il mito dell'origine si fa leggenda, nel senso di quelle metropolitane (o quantomeno delle semi-bufale). Generalmente, infatti, la notizia relativa a una supposta preconizzazione delle emoticon da parte dello scrittore Vladimir Nabokov menziona un'intervista pubblicata nell'aprile 1969

sul "New York Times". In realtà, Nabokov parla di quell'intervista, e di come fosse stata solo in minima parte pubblicata, all'interno di una raccolta di interventi più tarda, risalente al 1973<sup>34</sup>. Lo scambio tra il giornalista Alden Whitman e Nabokov, in cui lo scrittore vagheggerebbe la necessità di introdurre una sorta di punteggiatura emotiva, espunto poi dalla pubblicazione sul giornale, recita quanto segue:

*Whitman*: Come si classifica tra gli scrittori (vivententi) e dell'immediato passato?

*Nabokov*: Penso spesso che dovrebbe esistere un segno tipografico speciale per indicare un sorriso: una sorta di segno concavo, una parentesi tonda supina, che è poi quello che vorrei tracciare in risposta alla sua domanda.

Nabokov immagina, insomma, qualcosa del genere: ☺

Nel 2007, nel venticinquennale delle emoticon fahlmaniane, la giornalista del sito Snopes.com Barbara Mikkelson, specializzata in *debunking* e intenzionata a smentire la nota paternità di quell'invenzione, pubblica la notizia per cui già nel 1967 sarebbe stato noto come la corrispondenza privata, cartacea, dei cittadini americani contenesse segni grafici il cui scopo era rendere elementi paralinguistici, per esempio il tono con cui leggere una determinata affermazione. Mikkelson lo desume dall'estratto di un articolo scritto dal giornalista del "Sunday Sun" di Baltimore Ralph Reppert inserito in un numero del "Reader's Digest". Il caso riguarda l'esplicitazione di una ironia pungente (in inglese, come visto, si parla di *tongue-in-cheek humour*).

Molte persone scrivono lettere che contengono espressioni forti, ma mia zia Ev è l'unica persona che conosco in grado di scrivere un'espressione facciale. L'espressione di zia Ev è un simbolo che assomiglia a questo: ☺) Rappresenta la sua lingua infilata nella sua guancia.

Ecco come l'ha usata nella sua ultima lettera: "Tua cugina Vernie è di nuovo una bionda naturale →) Will Wamsley è il nuovo sovrintendente della fabbrica. Marge Pinkleman dice che hanno cercato di convincere suo marito ad accettare il lavoro →) ma lui ha detto loro che non poteva accettare meno di 12.000 dollari all'anno →)"<sup>35</sup>.

Andando ancora indietro nel tempo e procedendo dal campo della comunicazione verbale a quello della comunicazione visiva e del design, non si può non ricordare la familiarizzazione con il pittogramma "faccina" apportata dalla diffusione su scala globale dello smiley giallo: quello inventato nel 1963 dal grafico Harvey Ball, per conto di una agenzia assicurativa di Worcester, Massachusetts – secondo leggenda, per la somma di 45 dollari – e, anche qui, mai coperto da copyright. Lo smiley per antonomasia sarà tra i simboli del movimento psichedelico, durante la prima (1967) e seconda (1988) cosiddetta Summer of Love<sup>36</sup>.

Sempre nel 2007 il lessicografo Benjamin Zimmer inserisce in una sua breve "Preistoria delle emoticon" il riferimento a un saggio, *For brevity and clarity*, scritto nel 1887, in cui lo scrittore Ambrose Bierce allude tra il serio e il faceto a una "riforma del linguaggio" che comporti l'utilizzo di una punteggiatura capace di esplicitare quando una frase vada intesa come scherzosa o ironica, ricorrendo a quello che definisce "punto di risatina" (*snigger point*) o "nota di risata a crepappelle" (*note of cachinnation*). Sembra lecito pensare che la "parentesi distesa" di cui avrebbe parlato una ottantina di anni dopo Nabokov fosse molto simile.

Nel riformare il linguaggio agogna di introdurre un miglioramento nella punteggiatura: il punto di risatina, o la nota di risata a crepappelle. È scritto così ☺) e rappresenta, per

quanto possibile, una bocca sorridente. Deve essere aggiunto, con il punto, a ogni frase scherzosa o ironica; oppure, senza punto, a ogni frase scherzosa o ironica di un periodo altrimenti intendibile come serio, così: “Il sig. Edward Bok è l’opera più nobile di Dio ☺.” “Il nostro rispettato e stimato ☺ contemporaneo, il signor Sylvester Vierick, che per le sue virtù veneriamo e il suo successo invidiamo ☺, sta andando al diavolo al massimo della velocità che i suoi due tacchi gli consentono.” “Il diacono Harvey, un uomo veramente buono ☺, si è fatto da sé nel senso più ampio del termine; perché, sebbene sia nato grande, saggio e ricco, l’inclinazione del suo naso è tutta opera sua”<sup>37</sup>.

Bierce sembra qui anticipare *sub specie* tipografica quei *Laughing Out Loud* (ridere a crepapelle) e *Rolling On The Floor Laughing My Ass/ Arse Off* (rotolarsi sul pavimento schiattando dal ridere) poi resi anacronimamente come LOL e ROTFL/LMAO nel primo gergo internetiano.

Ancora nel 2007 fa la sua timida comparsa su Wikipedia l’immagine, da quel momento in poi citatissima, che testimonia come già nel marzo 1881, sul periodico satirico newyorkese “Puck Magazine”, la tipografia venisse utilizzata in modo creativo per disegnare volti stilizzati e rendere emozioni e passioni.

Ci auguriamo si capisca chiaramente che il reparto tipografia di questo giornale non si farà metter sotto da nessuna tirannica folla di artisti esistenti. Intendiamo far vedere al pubblico che possiamo stendere, all’interno della nostra linea tipografica, tutti i fumettisti che mai hanno camminato sul pianeta Terra. Per paura di far trasalire il pubblico, daremo solo un piccolo esempio delle realizzazioni artistiche a nostra disposizione, a mo’ di assaggio. Le seguenti sono tratte dalla serie ‘Studi

su passioni ed emozioni’. Non sono coperte da diritto d’autore. *Gioia. Melancolia. Indifferenza. Stupore.* ☺ ☹ ☺ ☹<sup>38</sup>.

La ricerca del primo token, segnale della necessità di installare un nuovo type comunicativo, conduce a quel vero e proprio complottismo percettivo-cognitivo che è la pareidolia, l’autosuggestione visiva. Nel 2009 un blog del “New York Times” dedicato alla ricerca storica discute la scoperta di una proto-emoticon all’interno di un discorso del presidente Lincoln pubblicato su un numero del quotidiano risalente al 1862, a indicare che in quel punto specifico il pubblico aveva applaudito e riso.

AMICI CITTADINI: Credo sia la prima volta che appaio qui davanti a voi in questa forma, [applausi] ma è pure vero che non vi sono precedenti neppure per il vostro essere qui, voi stessi, (applausi e risate ;) e offro, a giustificazione di tutto ciò, che a un attento scrutinio, non ho trovato nulla del genere nella Costituzione. [Nuovo applauso.]

La sequenza che poi diventerà il sorrisino con strizzatina d’occhio (punto e virgola + parentesi chiusa), da leggersi inclinando il capo a sinistra – ;) – è un *hapax* nel corpus dei discorsi “sbobinati” del presidente e così pure nelle convenzioni giornalistiche dell’epoca e va quindi considerato un *typo*, un semplice errore tipografico<sup>39</sup>.

Per i medesimi motivi, valga lo stesso giudizio, quantomeno sospeso, per la (pseudo) proto-emoticon scoperta nel 2014 da Levi Stahl, blogger appassionato di letteratura (nonché redattore presso la University of Chicago Press), all’interno di un poemetto dell’inglese Robert Herrick datato 1648, *To fortune*, in cui si legge il passaggio: “Abbattimi

e io mi siederò / Sulle mie rovine (sorridente ancora :)”<sup>40</sup>.

Seguendo questa logica, del resto, si finirebbe per retrodatare le faccine all’età della pietra. Il che è precisamente quanto si è provato e si prova a fare. I media generalisti hanno da tempo, furbamente, imparato a tematizzare le scoperte paleoantropologiche, tipicamente relative alle primissime espressioni grafiche create da mano umana, richiamando l’idea che queste forme stilizzate anticipino le faccine della comunicazione digitale. Un esempio tra le decine possibili: nel febbraio 2021 “The Jerusalem Post” parla de “Le ‘emoji’ più antiche del mondo portate alla luce in un sito preistorico in Israele”; uno studio pubblicato sul “Quaternary International Journal” testimonia la scoperta di un frammento d’osso caratterizzato da una serie di incisioni verticali che, datate centoventimila anni fa, rappresenterebbero tra i più antichi esempi di utilizzo di simboli da parte dell’uomo<sup>41</sup>. Questo tipo di filogenia viene suggerita in effetti anche dagli stessi studiosi. Nel presentare le sue ricerche sui segni geometrici diffusi nell’Europa dell’Era Glaciale, la paleoantropologa canadese Genevieve von Petzinger spiega come “gli esseri umani utilizzino simboli per comunicare e veicolare emozioni fin dall’Età della Pietra”, sperimentando con “segni visivi che hanno spianato la strada allo sviluppo della scrittura e, più di recente, la creazione dei simboli moderni, incluse le emoji”<sup>42</sup>.

### Stilizzazione e universalità

Per la sensibilità contemporanea, nutrita di arte modernista, fumetti e graphic design, i primi volti tracciati dall’uomo sulla pietra appaiono sorprendentemente familiari: quelli picassiani e matissiani, vecchi diciassettemila anni, incisi nella grotta di Marsoulas nei Pire-

nei (studiati nei primi anni settanta da André Leroi-Gourhan); quelli à la Henry Moore, vecchi di diecimila anni, scavati nella roccia a Lene Hara, nei pressi di Timor Est; quelli brancusiani, pittati in nero su fondo rossiccio, nelle grotte di Angoulême, vecchi ventisettemila anni (i più vecchi finora ritrovati). L’appello a questi “primi volti” ci porta a interrogarci su due componenti delle nostre faccine tra loro strettamente interrelate: la loro natura iconica e la loro diacronicità e diatopicità; ossia, da una parte, la loro mimesi e stilizzazione e, dall’altra, la loro – solo apparente – universalità.

Tradizionalmente le emoticon vengono considerate segni iconici. In quanto tali, partecipano delle caratteristiche del segno iconico *tout court*; “funzionando”, quindi, per mimesi, ossia rimandando al referente in termini di somiglianza. Quello dell’iconismo, ossia – in accordo con la vocazione critica, in senso kantiano, della semiotica – quello delle condizioni di possibilità del segno iconico, è un problema classico della semiotica visiva, di cui si è lungamente occupato, in particolare, Umberto Eco tra gli anni sessanta e settanta del Novecento. Si chiede il semiologo: che cosa significa davvero che qualcosa “somi-glia”, “è simile”, presenta “le stesse proprietà”, la “stessa forma” dell’oggetto di cui è testimone? Il semiologo risponde che considerare la questione in questi termini ci “impedisce di analizzare il segno iconico come prodotto sociale, e cioè come oggetto di convenzione. E quindi ci impedisce di vederne la storia, di esercitarne il controllo, di metterne in luce gli eventuali spessori ideologici”<sup>43</sup>. Quello dell’iconismo è un problema a uno stesso tempo percettologico, gnoseologico ed estetologico; nei nostri termini possiamo ridurlo alla questione, squisitamente linguistica (a lungo approfondita, per esempio, da Luis Prieto), della pertinenza: la rappresentazione economica del volto proposta in segni come emoti-

con ed emoji passa attraverso un processo di “amplificazione per semplificazione” di tratti distintivi, selezionati tra i tanti possibili all’interno della “maschera facciale”<sup>44</sup>. Quando si dà, quindi, faccia; e di quale faccia si tratta? Di nuovo, comprendiamo meglio questo dispositivo semiotico se lo inquadrano in maniera squisitamente sintattica, posizionale: su quello che viene postulato come sfondo, e che identifichiamo con un ovale (effettivamente realizzato oppure solamente virtuale, perché non effettivamente tracciato)<sup>45</sup>, deve individuarsi una qualche discontinuità per cui emerga il sistema occhi e/o naso e/o bocca (gli *et/vel* ci servono soprattutto per eliminare elementi la cui presenza non pare essere così decisiva, in questa sede, come le orecchie) nei termini di una serie di opposizioni binarie. Quelle relative a occhi, bocca, naso, fronte, accessori, ripetizione (di alcuni elementi), aspetto (direzione da assegnare alla lettura del pittogramma) individuate dalla linguista Michele Zappavigna paiono fare eco a quelle proprie del metalinguaggio della semiotica plastica proposta da Algirdas Greimas e dai suoi allievi (particolarmente Jean-Marie Floch), con riferimento all’articolazione delle tre categorie eidetica (relativa alle forme), cromatica (a luci e colori) e topologica (alla disposizione degli elementi nel piano), e alla loro capacità di descrivere tratti e formanti. Particolarmente ricca, per esempio, per Zappavigna, l’articolazione plastica della bocca: che può essere aperta, del tutto o in parte, oppure chiusa, e chiusa piatta o chiusa incurvata, e in quest’ultimo caso incurvata all’insù, all’ingiù oppure in maniera mista<sup>46</sup>. Che vi siano tratti in una certa misura universali e che ci si debba euristicamente porre il problema che tratti del volto siano riconosciuti come essenziali in contesti differenti è un dato di fatto. Ma il modo in cui questo paradigma di salienze possibili viene di volta in

volta organizzato e sostanzializzato cambia: di epoca in epoca, di luogo in luogo. Le emoticon giapponesi (*kaemoji*, dove *kao* – 顔 – significa “faccia”), diffuse dalla metà degli anni ottanta come filiazione diretta della moda della ASCII art, propongono una diversa selezione e organizzazione dei tratti pertinenti, una loro differente valorizzazione (per esempio, nei termini della rappresentazione del genere), nonché una diversa segmentazione del *continuum* degli stati emotivi. Le faccine giapponesi “ridono con gli occhi” e non con la bocca, proponendo in opposizione al classico modello occidentale, da fruire “di lato” (*sideways*), quello “orizzontale” (realizzato, nei sistemi digitali, per primo da PLATO)<sup>47</sup>. Consentono di distinguere tra volto maschile (^\_^) e femminile (^.^) in base alla forma della bocca. Risultano particolarmente raffinate nella resa di determinate passioni, la cui articolazione appare, in quella cultura, sorprendentemente complessa (è il caso dell’imbarazzo, per cui esistono diversi segni grafici, capaci ciascuno di esprimere un diverso “grado” di questo stato passionale)<sup>48</sup>. Uno studio inquadrabile come tipologico, in senso linguistico, ossia di confronto tra sistemi culturali differenti, appare ineludibile ai fini una piena comprensione semiotica di questi fenomeni. Basti pensare a come all’interno di sistemi linguistici diversi da quello occidentale confliggano componenti propriamente simboliche e iconiche: in cinese, per esempio, il ricorso agli ideogrammi, singole unità segniche che – pure internamente articolate – condensano interi concetti, avviene a dispetto del loro significato letterale; l’ideogramma 窗 (*jiōng*), che significa originariamente “finestra decorata” o “lucentezza”, ma la cui forma ricorda una faccia con gli occhi strabuzzati e la bocca spalancata, diventa così l’emoticon che esprime “fastidio” e il personaggio di un *webcomic* che dice “Non voglio (fare questa cosa!)”<sup>49</sup>.

Esempi come quello ideografico ci consentono di sottolineare una componente particolarmente interessante dei pittogrammi digitali; la loro intermedialità, da intendere nei termini originari proposti per tale concetto dal teorico Fluxus Dick Higgins<sup>50</sup>. L’*intermedium* è un medium che ne simula un altro, al punto da creare una situazione terza e mediana, per cui non si dà più né l’uno né l’altro, ma allo stesso tempo entrambi. È questo il caso – un testo verbale che disegna una figura, una figura disegnata a mezzo di un testo verbale – dei carmi figurati della Grecia antica e dei calligrammi di Guillaume Apollinaire, del *point d’amour* introdotto dal romanziere Hervé Bazin<sup>51</sup>, della già richiamata ASCII art. Emoticon ed emoji (queste ultime, non a caso, definite da Marcel Danesi *picture-words*)<sup>52</sup> sembrano in tal senso partecipare del medesimo slancio utopico, potenzialmente universalistico, di alcuni linguaggi artificiali intermediali, come i pittogrammi di Leibnitz o il linguaggio Bliss<sup>53</sup>. La non universalità di emoticon ed emoji appare chiara – al di là, quindi, della questione delle diverse pertinenze attivabili in contesti differenti – anche se si tengono in considerazione i veri e propri correttivi al modo di rappresentazione etnocentrico che sono stati proposti nel tempo, in chiave pienamente postcoloniale, ampliando il parco di figure atte a sostanzializzare una medesima forma: all’omino sorridente standard, di un giallo considerato innaturale e quindi acconciamente neutro (☺), si sono affiancate, su pressione di varie comunità di utenti, versioni con diversi colori della pelle ed equipaggiate da diversi accessori con valore identitario. È il caso del volto femminile dotato di hijab (👩) di cui si è fatta promotrice Rayouf Alhamedi, studentessa saudita quindicenne residente in Germania, nel 2016. Emoji di questo tipo rappresentano una sorta di obliquo corrispettivo degli allofoni della fonetica: cambia-

no i suoni, e qui cambiano i segni grafici, ma funzione e valore restano, all’interno di una medesima comunità di riferimento, immutati. Sempre nel 2016, la cinquantaseienne Diane Hill partecipa al progetto Open Doors lanciato dalla locale sezione della BBC (Coventry & Warwickshire) proponendo le sue *emO-L-Dji*: una serie di emoji autoironiche, “pensate dagli anziani per gli anziani” (un tripudio di occhiali da vista, schiene doloranti, dentiere e numeri del bingo). Emoji di questo tipo corrispondono in qualche modo a un inserto di *code mixing* (come delle intrusioni gergali in un più ampio contesto di lingua di *koiné*) o a veri e propri neologismi di settore (che, in quest’ultimo caso, potremmo denominare: *gerontosemiotica*).

### Faccine (com)Je meme

Considerare, sulla scorta di quanto proposto per primo da Patrick Davison<sup>54</sup>, le emoticon come sorta di Internet meme “primitivi” ci consente di illuminare meglio tanto le prime, quanto i secondi: ci consente, cioè, di inserire più compiutamente le emoticon nell’ecologia mediale contemporanea e di evidenziare con maggiore chiarezza la dialettica tra strutture e figure nei meme di Internet. Per Internet meme intendiamo configurazioni semiotiche sincretiche che costituiscono i tormentoni delle nostre interazioni online quotidiane: testi, immagini o frammenti audiovisivi (quasi sempre, parimenti, dotati di una controparte testuale verbale, tipicamente didascalie) che in termini semiotici – in accordo con la classica tipologia della transtestualità proposta da Gérard Genette – sono ipertesti trasformativi ludici, ossia, tecnicamente, parodie. I meme vengono comunemente considerati i contenuti “virali” per antonomasia, la cui diffusione si sviluppa

“a macchia d’olio”, in maniera incontrollabile ecc.; sono, allora, quei frammenti mediali, il cui ciclo di vita discorsivo è spesso bruciante ed effimero, ma di cui tutti parlano, che tutti condividono e tutti contribuiscono a creare in un dato momento (parlando ciascuno di sé e della propria semiosfera di riferimento, con la scusa di parlare dell’attualità e di quello di cui parlano tutti gli altri).

Per Davison le emoticon rappresentano un prototipo dei meme: semplici, divertenti, alla disponibilità di tutti, utilizzabili da tutti. In particolare, presentano quel *nonattribution (meta)meme* – a suo modo già profetizzato da “Puck Magazine” in quanto anonimato e *copyleft* – che Davison giudica importante, se non fondamentale, ai fini della libera circolazione di un dato contenuto, ossia della sua efficacia virale (della sua longevità, in termini strettamente memetici)<sup>55</sup>; le emoticon sono state “inventate” ma non “brevettate”, sono di nessuno e di tutti. Nei nostri termini, riprendendo Nelson Goodman, rappresentano un perfetto esempio di segno allografico, che si dà appieno nella dimensione della replica e della moltiplicazione; ciò accade perché, a ben vedere, una emoticon e, ancor di più, una emoji identificano più una forma dell’espressione che non una sostanza specifica, ossia individuano una classe, un type, non un token: si veda come ogni sistema operativo (iOS/Apple vs Android), piattaforma (Facebook vs Twitter) o browser (Mozilla vs Chrome) proponga la propria versione personalizzata della medesima faccina. Le differenze superficiali sono di natura figurativa, mentre le configurazioni plastiche essenziali restano le medesime.

Le faccine sono, per Davison, i meme originari. Ma faccine e meme sono strettamente interrelati anche per altri motivi. Uno dei primissimi “fenomeni di Internet” a essere chiamato propriamente meme è stato, nel 1998, il sito

di un ragazzo ventiduenne, Eric Wu, il quale, su richiesta degli utenti, ricreava le espressioni facciali delle emoticon<sup>56</sup>. Faccine più o meno stilizzate, più o meno fumettistiche, più o meno grottesche, riempiono il mediascape memetico dalle origini a oggi. Sono a tutti gli effetti faccine “impazzite” le rozze *Rage faces*, disegnate con Microsoft Paint, nate sul forum per nerd 4chan o i personaggi delle vere e proprie saghe dedicate agli NPC (acronimo di Non Playable Character), ai Chad e ai Wojak (ne esistono decine, se non centinaia di tipi diversi, ciascuno adatto a un possibile stato d’animo, carattere, situazione). Derivano da un vero e proprio processo di emoticonizzazione, di trasformazione in emoticon, i volti stilizzati, utilizzati per commentare all’uopo un dato contenuto, che riportano le espressioni esagerate degli attori Nicolas Cage (*You don’t say!*, “Ma non mi dire!”), Jackie Chan (*WTF-What the Fuck!*, “Che cazzo!”), Neil Patrick Harris (nei panni del personaggio della serie *How I met your mother* Barney Stinson; *True story*, “Tutto vero”). Sono fumettistiche icone memetiche, pronte all’uso, i volti congelati nelle *image macro*, come quella del Sarcastic Wonka (l’attore Gene Wilder), tutti muniti di doppia didascalia, *top* e *bottom text*, protasi e apodosi, *premise* e *punchline*.

Esiste insomma una vasta gamma di meme facciali, incentrati su volti poiché incentrati sui personaggi che, sempre deformandoli, li “indossano”. Sono questi dei meme fumettistici, comici perché ritraggono personaggi dall’espressività fumettistica e comica, la quale funge da barthesiano *punctum* dell’immagine. Ma esistono pure meme “sfacciati”, senza focus su volti o personaggi; “sfacciati” anche perché potenzialmente adatti, poiché adattabili, a qualsiasi contesto che ne rispetti le poche regole di felicità e corretta formazione. Sono questi dei meme *bonne à tout faire*, che essenzialmente coincidono con loro stessa strut-

tura, meme che bastano a sé, autosufficienti, perché non alludono a conoscenze esterne a essi. Se per ridere di una *meme icon* come Chuck Norris o Kim Jong-un dobbiamo riconoscere quel volto e quel personaggio (quel referente), e conoscerne quindi le vicende extratestuali (competenze queste che Eco ha definito enciclopediche), per attivare un meme a *template* o a etichetta, e riderne, come quello del Fidanzato distratto (*Distracted boyfriend*; il quale si volta indietro a guardare una ragazza, richiamato in malo modo con lo sguardo dalla ragazza con cui si sta già accompagnando), dobbiamo semplicemente riconoscerne il valore allegorico (competenza pragmatica), atto a risignificare potenzialmente all’infinito una singola struttura narrativa essenziale composta da tre attanti, in cui vi sia qualcosa o qualcuno attratto da qualcosa o qualcuno a sfavore di qualcosa o qualcuno: vi è un soggetto agente, un oggetto di valore che attiva l’azione e un soggetto opponente.

Scavare archeologicamente sotto e attorno a fenomeni comunicativi pervasivi come i meme ci consente di portare obliquamente avanti, in uno scenario radicalmente differente, il progetto strutturalista dello studio delle forme, intese in senso tecnico, della cultura, a parti-

re dalle loro manifestazioni superficiali. Al di là dell’ossessione eziologica per l’origine e la primogenitura che abbiamo visto all’opera con le proto-faccine, al di là di quella tipologica che sembra accompagnare da sempre il lavoro del semiologo, appare rivelatore che, a oggi, pressoché tutto il lussureggiante universo visivo ipertestuale che è moneta comune di scambio fatico nelle interazioni social possa essere modellizzato a partire da una duplice linea genealogica; la cui origine, peraltro, predata non solo Internet ma più in generale il mondo digitale (si tratta di dispositivi semiotici apparsi entrambi, per quello che ne sappiamo in questa fase della ricerca, in coincidenza con lo scoppio della Seconda guerra mondiale). Da una parte, la forza e l’efficacia della formula, di cui è precorritrice la frase *Keep calm and carry on*, prototipo della struttura semivuota (*Keep calm and X*), da completare e risemantizzare continuamente. Dall’altra, la forza e l’efficacia dell’icona (e del volto), di cui è precorritore il graffito *Kilroy was here*, prototipo di ogni faccina buffa (e sottilmente ambigua). Ulteriori studi in questa direzione ci consentiranno di comprendere con sempre maggiore profondità e precisione il ruolo del volto e delle sue diverse scritturizzazioni nella comunicazione online<sup>57</sup>.

## Note

<sup>1</sup> Questo articolo fa parte di FACETS – Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies, progetto finanziato da ERC (European Research Council) nell'ambito del programma Horizon 2020 (grant agreement n. 819649).

<sup>2</sup> *Selfie* è stata eletta “parola dell'anno 2013” dall'Oxford English Dictionary.

<sup>3</sup> Riprendo l'opposizione (social) web vs Internet (delle origini) dai lavori del collega Mattia Thibault.

<sup>4</sup> La “scritturizzazione” cui ci si riferisce nel titolo indica questo secondo fenomeno.

<sup>5</sup> Una decodifica “più corretta” nei termini della ricostruzione di quella che Umberto Eco ha definito *intentio auctoris*, ossia l'intenzione comunicativa consegnata dall'autore empirico al testo che ha prodotto. La differenza fondamentale tra segni paralinguistici “naturali” e “artificiali” è che questi ultimi, come nel caso degli *smileys*, “devono essere aggiunti intenzionalmente al testo” (pertengono quindi, nei nostri termini, a un atto di comunicazione e non di significazione) e la loro assenza non necessariamente “implica che all'utente manchi quella data emozione” (Crystal 2001, p. 34, nota 15). Il linguista David Crystal critica, così, l'applicazione eccessivamente ristretta del termine “paralinguistico” proposta da Mark Dery (1993), sottolineando inoltre l'aspetto puntuale del Netspeak (linguaggio online) in opposizione a quello continuo del linguaggio naturale: “Nella lingua online, l'emoticon ‘sorriso’ può essere aggiunta a una singola enunciazione, mentre il parlante può continuare a ‘sentire’ quell'emozione per più turni conversazionali” (Crystal 2001, p. 34, nota 15).

<sup>6</sup> Si veda Scott E. Fahlman, *Smiley Lore :-)*, in cs.cmu.edu.

<sup>7</sup> Sanderson e Dougherty (1993), volume pionieristico e citatissimo, utilizza la parola smiley in copertina e alterna smiley ed emoticon nel corpo del testo. Crystal (2001, p. 36) propone una etimologia alternativa per emoticon: il termine deriverebbe da *emoting*, una tecnica comunicativa, contrapposta al semplice *speaking*, utilizzata nei MUD (Multi User Dungeons: un tipo di gioco di ruolo quasi sempre di natura esclusivamente testuale) che “consente a un giocatore di esprimere le azioni, i sentimenti, le reazioni, i gesti, le espressioni facciali e così via di un personaggio” (ivi, p. 181).

<sup>8</sup> Si veda Asteroff 1987.

<sup>9</sup> Si tratta ovviamente di una semplificazione. Come quasi sempre accade nel contesto della comunicazione online, la gamma di funzioni e valori associati, di natura eminentemente fàtica, è assai più ricca; si veda Bissace, Cerulo, Scarcelli 2021, pp. 35-45.

<sup>10</sup> Esempio tratto da Amaghlobel 2012.

<sup>11</sup> Si veda Crystal 2011, p. 23.

<sup>12</sup> Nel 2010 Fred Benenson, informatico già tra i fondatori di Kickstarter, realizza, ricorrendo al sistema di *crowdsourcing* Amazon Mechanical Turk, una versione pittografica del classico *Moby Dick* di Melville (si veda Benenson 2010). Nel 2017 l'intero testo del *Pinocchio* di Collodi verrà tradotto in “emojitaliano” (si veda Chiusaroli, Monti, Sangati 2017). Operazioni ostentatamente artificiose come queste, in qualche modo memorie delle *contraintes* dell'OuLiPo, sembrano essere particolarmente care alle lingue artificiali digitali. In LOLspeak, l'inglese sistematicamente sbagliato parlato dai LOLcats (un inglese come ce lo si potrebbe immaginare smozzicato da un gatto, incasellabile tra quelle che sono state definite SILV – Special Internet Language Varieties), è stata tradotta una riduzione della bibbia (si veda Grondin 2010). A margine, si può notare come alcuni testi si prestino, per la loro spiccata natura mitopoietica, a una reiterata ipertestualità: Umberto Eco aveva supervisionato la realizzazione di un tautogramma di *Pinocchio*, ossia una sua riduzione in cui ogni parola cominciava con la stessa lettera, la “p” (si veda Eco 1995).

<sup>13</sup> Di questa natura smaccatamente “commerciale”, intendendo il termine anche nella sua accezione spregiativa, partecipa un'operazione come *The emoji movie*, regia di Tony Leondis, anno 2017, largamente giudicato “uno dei film peggiori di sempre”.

<sup>14</sup> Si veda *Shigetaka Kurita, Emoji, 1998-1999*, moma.org.

<sup>15</sup> Si veda emojiopedia.org, sito creato nel 2013.

<sup>16</sup> Per una sintesi dello studio si veda Coren 2016. La letteratura su emoticon ed emoji, se teniamo conto delle monografie scientifiche specificamente dedicate a questo argomento, è tutto sommato limitata; è invece particolarmente fertile la produzione di studi brevi nell'ambito che gli è più strettamente proprio: quello della sociolinguistica e della pragmatica linguistica in contesto di CMC (Comunicazione Mediata dal Computer). I contributi più recenti e di ampio respiro, utili anche per ricostruire bibliograficamente il campo, sono a oggi: Seargeant 2019; McCulloch 2019, pp. 155-195.

<sup>17</sup> Emoticon ed emoji sono generalmente considerati dispositivi semiotici “semplici”, “facili”, “intuitivi”, “immediati”. Nel settembre 2017 Google propone, per il suo programma Arts & Culture (artsandculture.google.com), una “spiegazione dell'arte contemporanea attraverso le emoji”, definite piuttosto sbrigativamente come “la forma di comunicazione più semplice” (*the simplest form of communication*).

<sup>18</sup> Si veda Iabichino 2015. Iabichino finisce, però, con il derubricare i semiologi a morfologi o lessicologi: giacché l'emoji non è “una sequenza di lettere da cui

ricavare significati e significanti”, allora i “semiologi possono riposare”.

<sup>19</sup> Si veda Marrone 2012.

<sup>20</sup> Si registrano, come visto, alcune eccezioni notevoli (e che, in quanto tali, confermano la regola); si veda *supra*, nota 12.

<sup>21</sup> Celebre espressione con cui Jurij Lotman descrive l'incessante attività della semiosfera: l'ecologia semiotica o, più semplicemente, la cultura.

<sup>22</sup> “La categoria delle ‘nuove forme di alfabetizzazione’ [*new literacies*] copre quelle che vengono spesso definite come pratiche testuali ‘post-tipografiche’ [inclusi] linguaggi semiotici (come [...] le emoticon (gli smiley) utilizzate nelle email, nelle chat online o nelle messaggistica istantanea)” (Lankshear, Knobel 2003, p. 16).

<sup>23</sup> Si veda whenparentstext.tumblr.com, sito creato nel 2011.

<sup>24</sup> Per una sintesi dello studio, Feehan 2021.

<sup>25</sup> Tratto dall'episodio di *Brooklyn 9/9*, S1 E22, 2014, *Charges and Specs*.

<sup>26</sup> Si veda *Fulvio Abbate, Teledurruti – Doposcuola: Roland Barthes, studioso dei segni*, youtube.com, video caricato il 29 marzo 2014.

<sup>27</sup> Si veda Landowski 2004.

<sup>28</sup> Tratto da Palahniuk 2013, p. 43.

<sup>29</sup> Tratto da Shaw 2000. L'articolo rappresenta l'unica fonte affidabile riguardo a questa attestazione.

<sup>30</sup> Tratto da Plathistory.org. ILLIAC, CDC 1604 e CYBER sono tutti tipi di supercomputer.

<sup>31</sup> Tratto da Friendlyorangeglow.com.

<sup>32</sup> “Se digitavi W e poi MAIUSC[SHIFT]-spazio, poi O e MAIUSC-spazio, poi B, T, A, X, tutti con MAIUSC-spazio in mezzo, allora tutti quei caratteri venivano tracciati uno sopra l'altro, e il risultato era la faccina mostrata nell'esempio WOB TAX” (Platopeople.com).

<sup>33</sup> Si veda Dear 2017.

<sup>34</sup> Intervista pubblicata sul “Times”: Whitman 1969. Versione integrale: Nabokov 1973.

<sup>35</sup> Si veda Mikkelsen 2007. Il numero del “Rider's Digest” è quello del maggio 1967, p. 160. Il valore metaforico delle faccine (es. lingua nella guancia = ironia pungente) rappresenta un ambito di grande interesse per futuri approfondimenti.

<sup>36</sup> Ball non ha mai avanzato diritti sull'iconico smiley giallo; cosa che invece avrebbe fatto il giornalista e imprenditore francese Franck Loufrani per lanciare la sua Smiley Company, anticipata da una campagna – virale *ante litteram* – apparsa su diversi quotidiani, a partire dalla prima pagina di “France Soir” del 1° gennaio 1972, in cui lo smiley era accompagnato dal motto *Prenez le temps de sourire* (“Prenditi il tempo per sorridere”).

<sup>37</sup> Si veda Zimmer 2007. La citazione di Bierce è tratta da Bierce 1912, pp. 386-387.

<sup>38</sup> Fonte: *File:Emoticons Puck 1881 with Text.png*, in Wikipedia, 30 novembre 2007. Le proto-emoticon si trovano sul numero 212 di “Puck”, p. 65 (furono ripubblicate anche sullo “Auckland Star” nel giugno dello stesso anno).

<sup>39</sup> Si veda Lee 2009.

<sup>40</sup> Si veda Stahl 2014.

<sup>41</sup> Si veda Tercatin 2021.

<sup>42</sup> Citazioni tratte da von Petzinger 2016b. Si veda anche: von Petzinger 2016a.

<sup>43</sup> Tratto da Eco 1970.

<sup>44</sup> Si veda McCloud 1993, p. 30.

<sup>45</sup> Può cioè mancare quella che, forzando leggermente un fortunato termine proposto dal teorico del fumetto Scott McCloud (1993), possiamo immaginare come la *closure* del volto.

<sup>46</sup> Si veda Zappavigna 2012, pp. 71-82.

<sup>47</sup> Si delinea così una correlazione, che i semiologi definiscono semisimbolica, tra le categorie “occidentalità/orientalità” e “verticalità/orizzontalità”.

<sup>48</sup> Si veda Galofaro 2002. L'ASCII art è implicata anche in un caso, esemplare, di retrodatazione spuria; nel marzo 2009 viene pubblicata sul sito spaceghetto.com una “sceneggiatura di film ASCII” attribuita a Takeshi Kitano e datata 1970 (“Il samurai sul water”), che sintetizza in una sequenza di quattro kaomoji la “storia” di un samurai che va in bagno, mostrando l'evoluzione delle sue espressioni facciali: inizialmente il volto è in tensione e, alla fine, è rilassato e contento: (>\_<) (o\_o) (O\_O) (^\_^).

<sup>49</sup> Per un approfondimento su casi di studio nazionali: Wilde, Giannoulis 2020.

<sup>50</sup> Si veda Higgins 1966.

<sup>51</sup> Si veda Bazin 1966.

<sup>52</sup> Si veda Danesi 2016.

<sup>53</sup> Appartiene certamente a questa categoria – ma Danesi non vi fa cenno – anche il sistema pittografico (e oggi diremmo, propriamente, infografico) Isotype, acronimo di International System of Typographic Picture Education, sviluppato dal filosofo e museologo austriaco Otto Neurath e dal designer tedesco Gerd Arntz tra gli anni venti e trenta del Novecento.

<sup>54</sup> Si veda Davison 2012.

<sup>55</sup> La memetica è la teoria sviluppata a partire dalle ipotesi di evolucionismo culturale avanzate per la prima volta nel 1976 dal creatore del neologismo meme (corrispettivo informativo del gene), il biologo britannico Richard Dawkins.

<sup>56</sup> Il sito, Eric Conveys an Emotion (emotioner.com), creato nell'estate del 1998, è ancora online. Wu sostiene che la sua “ricreazione di emozioni su richie-



sta" sia ispirata a una *routine* di Andy Richter (probabilmente tratta da *The real live Brady Bunch* nel suo riadattamento televisivo in seno alla trasmissione *Saturday Night Live*), in cui il comico traduceva in espressioni facciali le didascalie che passavano in sovrapposizione sullo schermo (una sorta di anticipazione

di quello che sarebbe stato il genere di YouTube dei *literal*, video realizzati dai fan in cui le immagini che accompagnano una data canzone mostrano gli oggetti e le azioni raccontati nel brano).

<sup>57</sup> Per tutti i meme citati si rimanda al sito Know Your Meme (knowyourmeme.com).

#### Riferimenti bibliografici

Natia Amaghlobeli, *Linguistic features of typographic emoticons in SMS discourse*, in "Theory and Practice in Language Studies", II, 2, 2012, pp. 348-354.

Janet F. Asteroff, *Paralanguage in electronic mail: A case study*, tesi di laurea, Columbia University, 1987.

Hervé Bazin, *Plumons l'oiseau*, Éditions Bernard Grasset, Paris 1966.

Fred Benenson (a cura di), *Emoji Dick*, Lulu Press (auto-prodotto), Raleigh (NC) 2010.

Ambrose Bierce, *The collected works of Ambrose Bierce, Vol. XI: Antepenultima*, The Neale Publishing Company, New York 1912.

Elena Bissaca, Massimo Cerulo, Cosimo Marco Scarcelli, *Giovani e social network*, Carocci Editore, Roma 2021.

Francesca Chiusaroli, Johanna Monti, Federico Sangati, *Pinocchio in emoji italiano*, Apice, Sesto Fiorentino 2017.

Michael J. Coren, *A new study confirms it: We really don't know what we're saying when we use emoji*, in Qz.com, 14 aprile 2016.

David Crystal, *Language and the Internet*, Cambridge University Press, New York 2001 (edizione digitale 2003).

David Crystal, *Internet linguistics: A student's guide*, Routledge, London-New York 2011.

Marcel Danesi, *The semiotics of emoji. The rise of visual language in the age of the Internet*, Bloomsbury, London-New York 2016.

Patrick Davison, *The language of Internet memes*, in Michael Mandiberg (a cura di), *The social media reader*, New York University Press, New York-London 2012, pp. 120-134.

Brian Dear, *The friendly orange glow. The untold story of the PLATO system and the dawn of cyberculture*, Pantheon, New York 2017.

Mark Dery, *Flame wars*, in "Southern Atlantic Quarterly", XCII, 4, 1993, pp. 559-568.

Umberto Eco, *Il segno iconico*, in *Annuario 1970. Atti*

*del convegno "Stati e tendenze attuali della ricerca sulle comunicazioni di massa, con particolare riferimento al linguaggio iconico"* (9-10 ottobre 1970), Istituto "Agostino Gemelli" per lo studio sperimentale di problemi sociali dell'informazione visiva, Milano 1970.

Umberto Eco (a cura di), *Povero Pinocchio. Giochi linguistici degli studenti al corso di comunicazione*, Comix, Modena 1995.

Katie Feehan, *Thumb-down to the thumbs-up! Study reveals the cringeworthy emojis that are SO middle-aged and leave Gen Z youngsters rolling their eyes*, in Dailymail.co.uk, 2 aprile 2021.

Francesco Galofaro, *Ridentibus oculis. Della differenza tra emoticons giapponesi ed occidentali*, in "Ocula", 2, marzo, 2002.

Martin Grondin, *LOLcat Bible*, Ulysses Press, Berkeley (CA) 2010.

Dick Higgins, *Intermedia*, in "Something else newsletter", I, 1, 1966, pp. 1-3.

Paolo Iabichino, *Non c'è niente da ridere*, in Medium.com, 18 novembre 2015.

Eric Landowski, *Passions sans nom*, PUF, Paris 2004.

Colin Lankshear, Michele Knobel, *New literacies. Changing knowledge and classroom learning*, Open University Press, Buckingham 2003.

Jennifer 8. Lee, *Is that an emoticon in 1862?*, in City Room, 19 gennaio 2009.

Gianfranco Marrone, *X-Media. Oltre il bar della comunicazione*, Doppiozero, Milano 2012.

Scott McCloud, *Understanding comics. The invisible art*, Tundra Publishing, Northampton (MA) 1993.

Gretchen McCulloch, *Because Internet. Understanding the new rules of language*, Riverhead Books, New York 2019.

Barbara Mikkelsen, *Emoticon (Smiley) Origin*, in Snopes.com, 20 settembre 2007.

Vladimir Nabokov, *Strong opinions*, Vintage Books, New York 1973.

Chuck Palahniuk, *Doomed*, Doubleday, New York 2013.

David W. Sanderson, Dale Dougherty, *Smileys over 650*, O'Reilly and Associates, Sebastopol (CA) 1993.

Philip Seargeant, *The emoji revolution. How technology is shaping the future of communication*, Cambridge University Press, Cambridge 2019.

Sharon Shaw, *Don't get overly emotional*, in "E-mail & More" (Guide Series of "Smart Computing"), VIII, 7, luglio 2000, p. 137 (recuperabile tramite Internet Archive, bit.ly/smart-computing-emoticon).

Levi Stahl, *The first emoticon?*, in I'vebeenreadinglately, 13 aprile 2014.

Rossella Tercatin, *World's oldest 'emojis' unearthed at prehistoric site in Israel*, in The Jerusalem Post, 3 febbraio 2021.

Genevieve von Petzinger, *The first signs. Unlocking the mysteries of the world's oldest symbols*, Atria Books, New York 2016 (cit. 2016a).

Genevieve von Petzinger, *From cave walls to keyboards: 'emoji' were first used 200,000 years ago*, in Wired.co.uk, 12 ottobre 2016 (cit. 2016b).

Alden Whitman, intervista a Vladimir Nabokov, *Nabokov, Nearing 70, Describes His 'New Girl'*, in "The New York Times", 19 aprile 1969, p. 20.

Lukas Wilde, Elena Giannoulis (a cura di), *Emoticons, kaomoji, and emoji. The transformation of communication in the digital age*, Routledge, London-New York 2020.

Michele Zappavigna, *Discourse of twitter and social media. How we use language to create affiliation on the web*, Bloomsbury, London 2012.

Benjamin Zimmer, *The prehistory of emoticons*, in Language Log, 21 settembre 2007.