

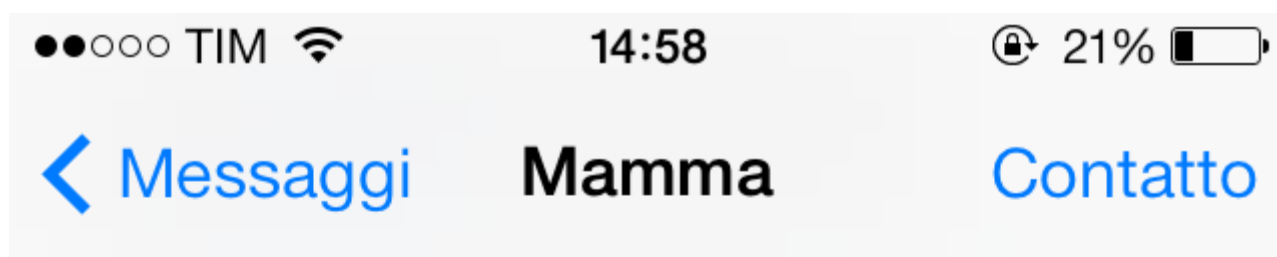
DOPPIOZERO

[:-\) come emoticon](#)

Gabriele Marino

9 Febbraio 2015

A chi non è capitato di sperimentare in prima persona situazioni di “messaggistica inter-generazionale” alla “[When Parents Text](#)”? Gli “Ok” di mia madre, per esempio, in risposta a messaggi più o meno chilometrici e dettagliati, sono diventati proverbiali per me e mia moglie. Per noi hanno ormai lo stesso effetto comico del [colpo di pistola](#) sparato da Indiana Jones in risposta alle acrobazie dello spadaccino. Le prime volte che ho ricevuto questi “Ok” ammetto però di essere rimasto un po’ *così*, perché non sapevo bene come interpretarli. Mi chiedevo: sono un semplice “Ricevuto”, un laconico “Va bene, figliuolo” o un implicito rimprovero (magari con sottinteso un mugugno di disapprovazione [in stile Marge Simpson](#))?



Le [emoticon](#) servono a – cercare di – risolvere problemi di questo tipo. Sono strumenti impiegati nella comunicazione mediata (sms) e online (forum, chat, post) nati con lo scopo di disambiguare il tono delle affermazioni degli utenti ed evitare fraintendimenti e liti. La loro invenzione si fa risalire a un post di Scott E. Fahlman, un ricercatore in scienze computazionali, su “Usenet”, un precursore dei forum (siamo nel 1982). Questo il testo del [post originale](#):

19-Sett-82 11:44 Oggetto :-)
Da: Scott E Fahlman <Fahlman da Cmu-20c>

Propongo questa sequenza di caratteri per contrassegnare le battute:
:-)

Leggetelo di traverso. In realtà, visto l’andazzo, è probabile che convenga contrassegnare le cose che NON sono battute. In questo caso usate :-)

Le emoticon nascono come *metasegni*, segni che danno informazioni sullo stesso processo comunicativo in corso, supponendo ai tratti *paralinguistici* (elementi non verbali come il tono della voce) e *cinesici* (i gesti) che è impossibile rendere nella comunicazione scritta, specialmente in quella contraddistinta da rigidi limiti di spazio (come negli sms e su Twitter) o di tempo (come nelle chat). Già scrittori come Ambrose Bierce e Vladimir Nabokov avevano immaginato una “punteggiatura emotiva” che eccedesse dai limiti della tipografia tradizionale per rendere appieno le sfumature psicologiche dei personaggi e della narrazione. In generale però le emoticon non servono solo da “chiavi emotive”, non si limitano cioè a esprimere il tono o uno stato d’animo (come indica il nome, da *emotion* + *icon*), facendoci associare al faccino sorridente la *positività* e a quello triste la *negatività*, ma contribuiscono, come suggerisce [Michele Zappavigna](#), alla definizione del *significato globale* del testo in cui si trovano inserite. [Natia Amaghlobeli](#) ha mostrato, per esempio, come fungano da strutturatori del discorso, sostituendo spesso la *punteggiatura* (il sorrisino sostituisce il punto esclamativo), o come siano impiegate come vere e proprie *parole*, come nel caso di:

Je t’aime et je veux te :-)*

ovvero

Ti amo e voglio darti un bacio

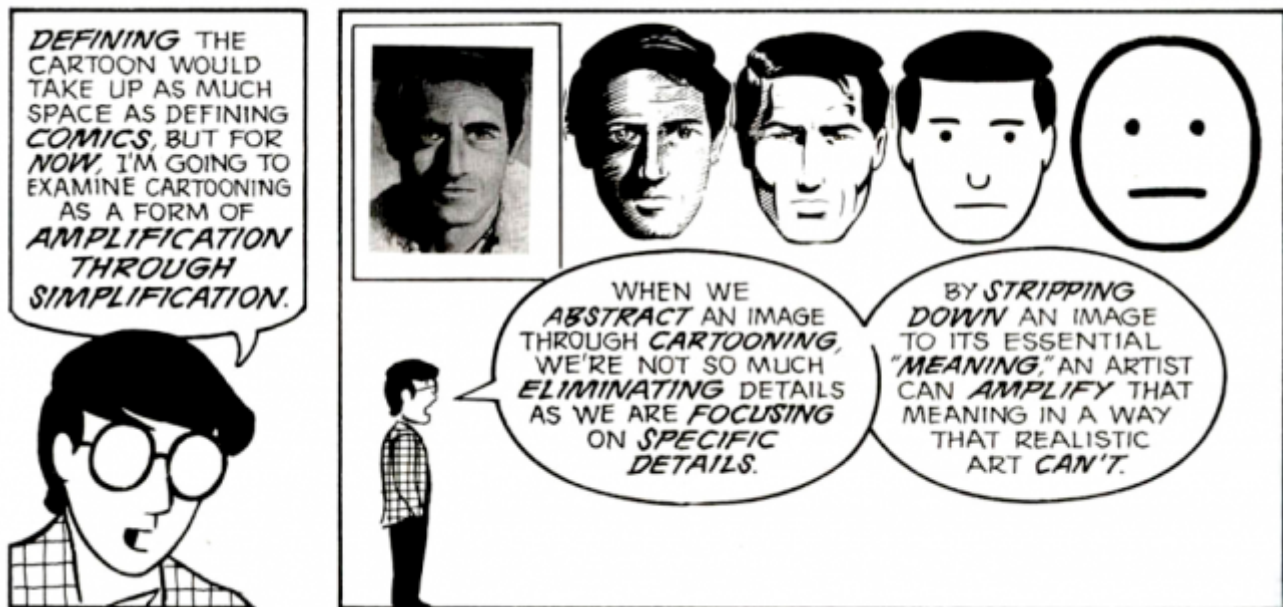
Un modo interessante di guardare alle emoticon in un’ottica sistemica, e che ne spiegherebbe anche l’incredibile successo, è considerarle, come ha fatto Patrick Davison (nel contributo contenuto in [The Social Media Reader](#), pubblicato nel 2012), la prima vera e propria forma di Internet meme, ovvero di segno o testo il cui uso e la cui modifica creativa si diffondono in maniera “virale” e incontrollata sulla Rete. Pur rappresentandone un caso elementare, soprattutto per quello che riguarda la struttura e la “taglia”, le emoticon presentano tutte le caratteristiche di base di un meme: sono *efficaci*, sono facilmente *smontabili*, *replicabili*, *personalizzabili* e *diffondibili* (per dirla con [Henry Jenkins](#)). Del resto, le cosiddette [Rage faces](#),

personaggi realizzati con Microsoft Paint dalle espressioni buffe e grottesche nati come fumetti su [4chan](#) (la culla della sottocultura nerd contemporanea), uno degli esempi più tipici di Internet meme, oggi non fanno altro che “doppiare” funzioni e usi tipici delle emoticon: le “facce arrabbiate” vengono usate per esprimere emozioni, sentimenti, stati d’animo o per commentare e giudicare una data affermazione o situazione (in termini di social media marketing si parlerebbe di *sentiment*).



Una raccolta di Rage faces (e altre icone del mondo dei meme). Fonte bit.ly/RageFacesWallpaper2012

Molti altri celebri meme, come il volto confuso di Jackie Chan (“WTF?”) o quello allucinato di Nicolas Cage (“You don’t say?”, da una scena del film [Stress da vampiro](#)), sono cartooneschi ed esagerati come le *Rage faces*. La stilizzazione o *deiconizzazione*, ovvero la rarefazione dei tratti di un’immagine figurativa, è la proprietà principale nonché una delle chiavi del successo delle emoticon ([Limor Shifman](#), la più importante studiosa del campo, considera la *semplicità* una delle caratteristiche comuni a tutti gli Internet meme di successo). In un famoso esempio contenuto nel suo fondamentale [saggio sul linguaggio del fumetto](#) (pubblicato originariamente nel 1993), Scott McCloud spiega molto bene la potenza comunicativa della stilizzazione di un volto (“un’amplificazione per semplificazione”) e i diversi modi in cui può essere declinata.



Scott McCloud, *Understanding Comics*, Kitchen Sink/Harper Perennial, 1994 (rist.), p. 30

Da questo punto di vista, le emoticon discendono tanto dalle quattro espressioni fondamentali rese con i segni tipografici pubblicate sul [magazine satirico "Puck"](#) nel 1881, quanto dallo *smiley* giallo di Harvey Ball, icona simbolo prima della stagione psichedelica e poi di quella "acida". Nobili precedenti delle nostre faccine si possono ritrovare anche al di fuori del campo della comunicazione, in ambiti più squisitamente espressivi e artistici: con i *carmi figurati* dell'Antichità e con i [calligrammi di Guillaume Apollinaire](#), per esempio, le emoticon condividono la natura di [intermedium](#), ovvero di *medium a metà*, che ne simula un altro, in questo caso la scrittura che imita il disegno (le emoticon sono *pseudopittogrammi*).

TYPOGRAPHICAL ART.

We wish it to be distinctly understood that the letterpress department of this paper is not going to be trampled on by any tyrannical crowd of artists in existence. We mean to let the public see that we can lay out, in our own typographical line, all the cartoonists that ever walked. For fear of startling the public we will give only a small specimen of the artistic achievements within our grasp, by way of a first instalment. The following are from *Studies in Passions and Emotions*. No copyright.



Joy.



Melancholy.



Indifference.



Astonishment.

Se, chi si trova davanti qualcosa come :-) vede un “volto sorridente”, ciò è dovuto a tutta una serie di regole gestaltiche che permettono di dare forma alla percezione determinando il “riconoscimento facciale”. Ma se in :-) i tratti del “volto sorridente” sono codificati e la comunicazione appare intenzionale, non si può dire lo stesso per i volti, umani o divini, che qualcuno dice di riconoscere sulla superficie della Luna, di Marte, nel fumo del crollo delle Torri Gemelle o su una fetta di pane tostato. In questo caso si parla di [pareidolia](#), un tipo particolare di [apofenia](#), ovvero la tendenza a riconoscere connessioni, schemi o configurazioni laddove non vi sono. È il meccanismo alla base delle [macchie di Rorschach](#).



Nel 2004 Diane Duyser ha venduto questo toast vecchio di 10 anni su Ebay per 28.000 dollari al casinò online Goldenpalace.com. Fonte bit.ly/VirginMaryToast2004

Più di meccanismi percettivi o regole gestaltiche “universali”, è interessante sottolineare come i criteri in base ai quali si costruiscono le emoticon (i tratti giudicati pertinenti, il grado di stilizzazione della faccina ecc.) e che orientano quindi la lettura di chi se le trova davanti siano convenzionali, perché culturalmente situati. Banalmente, le emoticon usate in Giappone (*kaomoji*) sono diverse e funzionano diversamente da quelle diffuse in Occidente, a partire dal fatto che si leggono così come sono, senza dovere inclinare la testa. [Francesco Galofaro](#) ha analizzato alcune caratteristiche delle emoticon giapponesi, mostrando come quelli che possono apparire piccoli dettagli o piccole differenze (rispetto al modello occidentale) veicolino invece significati socioculturali profondi, come una diversa selezione dei tratti pertinenti (le faccine giapponesi “ridono con gli occhi”, non con la bocca), una diversa segmentazione del continuum degli stati emotivi (è il caso dell’*imbarazzo*, per le cui diverse declinazioni i giapponesi dispongono di diversi segni) e una diversa rappresentazione del genere (le emoticon giapponesi consentono di distinguere, in base alla forma assegnata alla bocca, se si tratti di un volto maschile (^_^) o femminile (^.^)). La crescente contaminazione tra cultura occidentale e giapponese ha prodotto [piccoli esempi di pidginizzazione](#) tra i due sistemi di emoticon.

Se per le emoticon occidentali l'uso delle lettere dell'alfabeto è modellato su casi come :-D (“grasse risate”), :-P (“con la lingua di fuori”), :-T (“serio”), x:-/ (“pensieroso”), =:-O (“sgomento”), :-Q (“omino con sigaretta”), 0: -) (“angelo”), B-) (“omino con occhiali”) e =:-H (“calciatore”), ovvero limitatamente alla loro funzionalità nel rappresentare in maniera stilizzata un dato tratto facciale o corporeo, senza riguardo per la loro *pronuncia* (e accade lo stesso per il coreano, con i caratteri Hangul), in cinese il ricorso agli ideogrammi, singole unità segniche – per quanto internamente articolate – che condensano interi concetti, avviene a dispetto del loro *significato* letterale. L'ideogramma cinese ? (*jiong*), 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 [meme](#) che dice “Non voglio (fare questa cosa!)”.

Le “faccine stilizzate”, simbolo per antonomasia delle modalità di comunicazione del “villaggio globale” sovrintese da *brevità*, *rapidità* e – quindi – *informalità* (ci vuole un po’ prima di sentirsi autorizzati a inserirle in una mail al proprio superiore), si sono diffuse, moltiplicate ed evolute, continuando a incarnare tali tratti, ma in maniera diversa, attraversando cioè tutti gli *upgrade* dell’era di Internet. Le emoticon hanno *cambiato faccia*: sono sempre meno *faccine* e sempre meno *stilizzate*. Grazie alla loro progressiva naturalizzazione come strumenti di comunicazione e grazie al continuo progresso tecnologico (in termini di capacità di stoccaggio di bit e quindi di informazione supportata), si sono arricchite accumulando *tratti* e *funzioni*, passando da un “hardware” *tipografico* e da una funzione squisitamente *emozionale* a un “hardware” *grafico* e a funzioni pienamente *rappresentative* e, da ultimo, *narrative*. Dal “faccino sorridente” :-) o :) si è passati a ? (Microsoft Word traduce automaticamente le prime due nella terza) e ?° ?? ?°. Dallo “scettico” : -/ si è passati a “Babbo Natale” *<|:-). Si è passati dal “testo naturale” all’[ASCII](#) e all’[Unicode](#) e poi, da quest’ultimo, alle [emoji](#), che non sono più solo faccine ma interi personaggi e ci appaiono come veri e propri disegni *animati*, capaci di raccontare da soli, a cavallo tra smartphone e social, intere situazioni e intere storie. Lo mostrano molto bene e con il giusto humour i videoclip musicali di artisti come Katy Perry e Oneohtrix Point Never (o i *fan video* realizzati a partire dai brani di [Beyoncé](#) e [Rick Ross](#), una nuova forma di [lyrical](#) e [literal](#) video). Il fatto che queste nuove emoticon non siano solo facce o corpi ma possano essere praticamente qualsiasi cosa, [oggetti-che-sono-Soggetti](#) inclusi, non va letto come un’eccezione alla regola che la nostra sia una “[società facciale](#)”, ma anzi come la conferma che, da bravi indigeni del “villaggio globale”, “[in noi dappertutto è il volto](#)”.

Per la cronaca, gli “Ok” di mia madre sono generalmente un semplice “Ricevuto”. Ma non mancano laconici “Va bene, figliuolo” o impliciti rimproveri (mugugni inclusi).

Katy Perry – Roar (2013)

Oneohtrix Point Never – Boring Angel (2013)

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

YOU DON'T SAY

