

(In)visibile: la figura dell'autore nel web 2.0

CECILIA VALENTI
Università per Stranieri di Siena

I. AUTOR SACRO E AUTOR PROFANO: IL CONCETTO DI AUTORE TRA TESTO E IPERTESTO

In un saggio del 2019, Floridi scriveva:

Le tecnologie digitali non sono soltanto strumenti che si limitano a modificare il modo in cui interagiamo con il mondo, come la ruota o il motore. Sono soprattutto sistemi che danno forma (formattano) e influenzano sempre di più il modo in cui comprendiamo il mondo e ci rapportiamo a esso, così come il modo in cui concepiamo noi stessi e interagiamo tra di noi. In altre parole, sono *re-ontologizzanti*, cioè modificano la natura intrinseca (l'ontologia) di quello che toccano.¹

La cosiddetta 'quarta rivoluzione'² ha causato una profonda ristrutturazione dell'ambiente in cui viviamo, ha alterato la percezione che abbiamo di noi

¹ L. FLORIDI, *Pensare l'infosfera. La filosofia come design concettuale*, Milano, Raffaello Cortina, 2019, p. 14.

² ID., *The Fourth Revolution. How the Infosphere is Reshaping Human Knowledge*, Oxford, Oxford University Press, 2014.

stessi e il modo in cui interagiamo con gli altri³ e, parallelamente, ha innescato un processo di ri-epistemologizzazione della realtà. In altre parole, la riscrittura ontologica verificatasi con l'avvento delle tecnologie ha toccato ogni ambito della nostra vita, dando avvio in molti casi a una nuova concettualizzazione delle idee e delle conoscenze ereditate dal passato.⁴ Per ciò che concerne il tema di questo contributo la rimodulazione della nozione di autore ancorata alla «cultura tipografica»⁵ è dipesa anzitutto dal passaggio dal testo all'ipertesto. In antitesi rispetto al testo tipografico, l'ipertesto prende vita all'interno di un sistema di produzione e fruizione dei contenuti astratto denominato *infosfera*, una bolla immateriale che «circonda e modella il nostro ambiente in conseguenza dello sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione».⁶ In virtù del contesto in cui è situato, l'ipertesto può essere definito come «oggetto fluido e modulare»⁷ composto

³ Secondo Floridi, la rivoluzione digitale rappresenta il quarto radicale cambio di paradigma, dopo la rivoluzione copernicana, quella darwiniana e quella freudiana, tramite cui l'uomo moderno diviene progressivamente cosciente della propria «condizione di marginalità» rispetto al mondo che lo circonda e, nello specifico, rispetto alle tecnologie. Secondo una fortunata espressione coniata dallo stesso Floridi, la condizione attuale può essere riassunta nell'*onlife*, le cui specificità derivano dalla costante ibridazione tra esperienza online e offline determinata dall'avvento della connessione in mobilità. L'*onlife* rende conto sia del progressivo assottigliamento delle differenze uomo-macchina indotto dalle tecnologie (si pensi, a questo proposito, ai più recenti sviluppi delle intelligenze artificiali), sia, al contempo, della «trasformazione identitaria degli uomini in *inforgs*», cioè in organismi informativi costantemente connessi alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. La riscrittura ontologica innescata dalla quarta rivoluzione agisce, quindi, su più livelli. Da un lato, l'uomo moderno deve ridefinire le proprie modalità di interazione con l'ambiente esterno in funzione delle tecnologie, spesso adattandosi alle esigenze delle macchine – si parla, a questo proposito di *design*, perché l'uomo deve “riprogettare” l'esperienza che ha dell'ambiente che lo circonda in funzione dei mezzi tecnologici. Dall'altro, poiché l'individuo si trova in una condizione *onlife*, le tecnologie divengono parte integrante della vita quotidiana e sociale, e si costituiscono perciò come mezzi con cui l'individuo media, costantemente, l'esperienza che ha di sé stesso e degli altri. Le citazioni presenti in questa nota sono tratte da M. PALERMO, *Italiano scritto 2.0. Testi e ipertesti*, Roma, Carocci, 2017; per i dovuti approfondimenti si vedano anche L. FLORIDI (a cura di), *The Onlife Manifesto. Being Human in an Hyperconnected Era*, London, Springer, 2015 e L. FLORIDI, *Etica dell'intelligenza artificiale. Sviluppi, opportunità, sfide*, Milano, Raffaello Cortina, 2022.

⁴ L. FLORIDI, *Il verde e il blu. Idee ingenue per migliorare la politica*, Milano, Raffaello Cortina, 2020, p. 23.

⁵ E. L. EISENSTEIN, *Le rivoluzioni del libro. L'invenzione della stampa e la nascita dell'età moderna*, Bologna, Il Mulino, 1995, p. 55.

⁶ PALERMO, *Italiano scritto 2.0...*, cit., p. 72.

⁷ *Ivi*, p. 72.

da «unità di informazione (*nodi*) e [...] collegamenti tra esse (*link*)»,⁸ la cui interpretazione e decodifica, a differenza del 'testo tradizionale', avviene in modo multilineare e multisequenziale. Poiché il supporto che ospita l'ipertesto è illimitato, il testo digitale presenta quindi una struttura "aperta" e «potenzialmente infinita»,⁹ perché infinito è il numero di nodi e link di cui può dotarsi.

Questi aspetti influenzano notevolmente la nozione canonica di autore generatasi dal testo tradizionale. Di contro all'ipertesto, il testo tipografico è «scritto, lineare e continuo, strumento di trasmissione del sapere analitico [] affidato a un supporto cartaceo»¹⁰ ed è dotato di una struttura chiusa e immutabile una volta terminato il processo di scrittura – a meno che non si decida di intervenire sul testo proponendone la ristampa. I limiti del processo scrittoria sono poi stabiliti anche dalla presenza di una precisa figura autoriale, intesa come custode del sapere contenuto nel testo e *auctoritas* rispetto alle veridicità delle informazioni che in esso sono depositate. Questa nozione di *autore*, consolidatasi a partire dal Quattro-Cinquecento,¹¹ coincide quindi con «un modo di esistenza, di circolazione e di funzionamento di certi discorsi»,¹² cioè con una funzione di categorizzazione dei testi e legittimazione del loro contenuto. Nella Rete, l'autorialità si riconfigura in relazione alla perdita di sequenzialità e all'assenza di confini tipiche delle scritture digitali, perché l'ipertesto è appunto un testo multilineare e aperto, e come nota anche Simone, «un testo aperto può perfino non avere più un autore, quasi come i poemi omerici».¹³ Oltre a ciò, il contesto digitale è prevalentemente "disintermediato", perché gli utenti possono accedere direttamente al

⁸ *Ivi*, p. 79.

⁹ E. PISTOLESI, *Scritture digitali*, in G. ANTONELLI – M. MOTOLESE – L. TOMASIN, *Storia dell'italiano scritto*, vol. III, Roma, Carocci, 2014, p. 354.

¹⁰ M. PALERMO, *Considerazioni su autore, testo e contesto nella comunicazione digitale*, in E. BROCCIO – S. CONTARINI – R. LAPIA (a cura di), *Nuova opera aperta. L'intertestualità ai tempi dei nuovi media*, Firenze, Franco Cesati, 2020, pp. 45-50.

¹¹ La standardizzazione del concetto di *autore* procede di pari passo con la fioritura della cultura tipografica quattro-cinquecentesca. Rispetto al manoscritto, la stampa concepisce infatti «l'opera come [...] separata dalle altre, un'unità in sé stessa» ed è per questo motivo che si forma l'idea di un modello testuale «chiuso, ordinato, gerarchizzato e garantito da fonte autorevole», cioè dalla figura autoriale. Per le citazioni menzionate in questa nota, rimando nel primo caso a W. ONG, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Bologna, Il Mulino, 2002, pp. 187-188, e nel secondo a PALERMO, *Italiano scritto 2.0...*, cit., p. 43.

¹² M. FOUCAULT, *Che cos'è un autore?* in ID., *Scritti letterari*, a cura di C. Milanese, Milano, Feltrinelli, 1971, pp. 1-21.

¹³ R. SIMONE, *Presi nella rete. La mente ai tempi del web*, Milano, Garzanti, 2012, p. 94.

testo e fruirne le informazioni senza che sussista la presenza di intermediari (editori, e così via), come avveniva invece per il testo tradizionale.

Al contempo, i fenomeni di disintermediazione causano anche una più generale desacralizzazione del processo scrittorio,¹⁴ con cui si affievolisce la cesura che, nel testo tipografico, intercorre tra autore e fruitori del testo. In realtà, non è per la prima volta con la rete che la funzione-autore si modifica in relazione alla figura del *lettore*: come nota anche Barthes, più in generale «la naissance du lecteur doit se payer la mort de l'Auteur»,¹⁵ perché il lettore moderno detiene la possibilità di interpretare soggettivamente il testo, a prescindere dalle finalità – e dai possibili significati – per cui quest'ultimo era stato inizialmente prodotto dal suo stesso autore. Ciononostante, prima della rivoluzione digitale autore e lettore rappresentavano quasi sempre «due strategie discorsive»¹⁶ tra loro nettamente distinte, non interscambiabili (a prescindere dai percorsi interpretativi del testo) e generatesi a partire da un testo tipografico, quindi chiuso e non modificabile. Nell'infosfera il testo è invece «integrabile in qualsiasi momento dall'autore o da chi abbia accesso ai contenuti digitali»,¹⁷ quindi l'utente da lettore può diventare, a sua volta, autore.

In sintesi, con l'ipertesto l'aura di sacralità attribuita alla figura autoriale della tradizione, depositaria del sapere contenuto in un testo inalterabile, viene meno. Nonostante la dimensione di “profanità” acquisita online, la nozione di autorialità non scompare; piuttosto, il concetto tende ad assumere nuove caratteristiche, legate, più in particolare, alle specificità mediali del contesto dinamico e multilivellare della Rete.

2. (IN)VISIBILE: LA FIGURA DELL'AUTORE NEL WEB 2.0

Negli spazi del Web 2.0, la figura autoriale della tradizione tipografica assume proprietà camaleontiche. Considerando le caratteristiche mediali della rete osservate in §1, nei contesti digitali il profilo autoriale può essere immaginato come un *continuum* ibrido e scalare, i cui poli antonimici sono rap-

¹⁴ Su questo punto, si veda anche G. ANTONELLI, *L'italiano nella società della comunicazione 2.0*, Bologna, Il Mulino, 2016.

¹⁵ R. BARTHES, *Essais critiques IV. Le bruissement de la langue*, Paris, Éditions du Seuil, 1984, p. 68.

¹⁶ U. ECO, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani, 1979, p. 63.

¹⁷ PALERMO, *Organizzare il discorso in rete. Caratteristiche della testualità digitale*, cit., p. 50.

presentati dalle condizioni di “visibilità” oppure di “anonimato”. In questo contributo, analizzeremo due generi testuali nativi digitali¹⁸ che ben esemplificano la dimensione di (in)visibilità assunta dal profilo autoriale 2.0: la comunicazione politica su Twitter, il cui profilo autoriale condivide dei tratti con la nozione tradizionale di *autore*, e i meme, scritture digitali poliautoriali in cui la funzione-autore è, perlopiù, silente.

2.1 VISIBILE: L'AUTORE NELLA COMUNICAZIONE POLITICA SU TWITTER

In tempi recenti, Twitter si è imposto come canale comunicativo privilegiato dalla classe politica contemporanea¹⁹ e, come avremo modo di osservare in questa sezione del contributo, sulla piattaforma vi sono casi in cui i politici, pur godendo di visibilità a prescindere dal social media, utilizzano marche specifiche per ribadire il proprio ruolo in quanto autori dei testi. Questo fenomeno può in parte essere ricondotto alla «personalizzazione»²⁰ che caratterizza, più in generale, la comunicazione politica degli ultimi trent'anni: su Twitter è infatti riflessa la «dimensione di “spettacularizzazione”»²¹ tipica della sfera pubblica tradizionale, con cui, anche nel caso della rete, viene proposta una spiccata ibridazione tra temi politici e logiche di intrattenimento derivate soprattutto dall'ambito televisivo.²² La personalizzazione e la spettacolarizzazione della sfera politica hanno delle ricadute anche sul piano linguistico. La classe di «politici-(pop)star»²³ che frequenta Twitter tende a comunicare

¹⁸ Sulle problematicità legate all'individuazione dei generi testuali nativi digitali si veda almeno E. PISTOLESI, *L'italiano del web: social network, blog & co*, Firenze, Cesati, 2022.

¹⁹ Sull'argomento si veda almeno S. SPINA, *Openpolitica. Il discorso dei politici italiani nell'era di Twitter*, Milano, FrancoAngeli, 2012.

²⁰ G. MAZZOLENI – A. SFARDINI, *La popolarizzazione della politica: ruolo dei media e implicazioni per la cittadinanza*, in «Altre Modernità», 3, 2010, pp. 36-42.

²¹ G. BOCCIA ARTIERI, *Forme di popolarizzazione della politica nell'era dei social media*, in G. ALLEGRETTI – L. FASANO – M. SORICE (a cura di), *Politica oltre la politica. Civismo vs Autoritarismo*, Milano, Feltrinelli, 2019, pp. 114-140.

²² A. CIAGLIA – G. MAZZOLENI – M. MAZZONI – S. SPLENDORE, *Politica e politici «pop»*. *Come i media di intrattenimento confezionano la comunicazione politica*, in «Comunicazione Politica, Quadrimestrale dell'Associazione Italiana di Comunicazione Politica», 1, 2014, pp. 79-96.

²³ C. MISSAGLIA, *La politica in un tweet*, Firenze, Franco Cesati, 2020, p. 22.

tramite un «linguaggio che spesso vuole essere colloquiale»²⁴ al fine di creare un legame con il pubblico, presso cui l'«illusione di intimità»²⁵ e di partecipazione alla vita pubblica e privata del politico è funzionale per la creazione e il mantenimento del consenso. Anche se per analogia con quanto avviene su altre piattaforme social lo scambio tra emittente e riceventi potrebbe essere dialogico,²⁶ su Twitter i politici di solito non rispondono ai commenti degli utenti e, di per sé, la comunicazione politica è in realtà asimmetrica, perché prevede che sussista una «disparità di potere interazionale»²⁷ tra chi produce il testo e chi lo fruisce. Perciò, pur avvalendosi di un linguaggio informale atto alla creazione di contiguità con il pubblico, gli emittenti comunicano in modo monodirezionale,²⁸ autoreferenziale e scarsamente interattivo.

Al di là della monodirezionalità o del diverso grado di autorità²⁹ posseduto dai politici rispetto al vasto ed eterogeneo pubblico di utenti, la visibilità degli scriventi è determinata, nello specifico, dall'utilizzo di alcuni elementi scrittori propri della piattaforma. In primo luogo, è bene specificare che anche nel caso del testo politico vige il principio di «brevità forzata»³⁰ che, più in generale, contraddistingue tutta la comunicazione su Twitter. Tutti i testi possono infatti essere composti da massimo 280 caratteri e questa restrizione mediale comporta delle ricadute sulle modalità di composizione dei mes-

²⁴ M. TAVOSANIS, *Il linguaggio della comunicazione politica su Facebook*, in R. LIBRANDI – R. PIRO (a cura di), *L'italiano della politica e la politica per l'italiano*, Atti del XI Convegno ASLI Associazione per la Storia della Lingua Italiana (Napoli, 20-22 novembre 2014), Firenze, Cesati, 2016, pp. 677-685.

²⁵ R. REGA – R. BRACCIALE, *La Self-Personalization dei leader politici su Twitter. Tra professionalizzazione e intimizzazione*, in «Lab's Quarterly», 2, 2018, pp. 61-86.

²⁶ COSENZA, *Introduzione alla semiotica dei nuovi media...*, cit., p. 163.

²⁷ F. ORLETTI, *La conversazione diseguale. Potere e interazione*, Roma, Carocci, 2000, p. 12.

²⁸ N. BROCCA – D. GARASSINO, *Parola alla rete: la pragmatica della citazione e del Retweet nei profili Twitter di alcuni politici italiani*, in «RILA: Rassegna Italiana di Linguistica Applicata», 2(3), 2015, pp. 135-154.

²⁹ Per le problematicità definitorie del concetto di 'autorità' si veda anche C. BIANCHI, *Parole come pietre: atti linguistici e subordinazione*, in «Esercizi filosofici», 10, pp. 115-135 e L. CAPONETTO, *Contestazione illocutoria e riduzione al silenzio*, in C. BIANCHI – L. CAPONETTO (a cura di), *Linguaggio d'odio e autorità. Lezioni milanesi per la cattedra Rutelli*, Milano, Mimesis, pp. 105-124.

³⁰ S. SPINA, *Come cambia la lingua dei politici nell'era di Twitter*, in E. GARAVELLI - E. SUOMELA-HÄRMÄ (a cura di), *Dal manoscritto al web: canali e modalità di trasmissione dell'italiano. Tecniche, materiali e usi nella storia della lingua*, Atti del XII Congresso SILFI-Società Internazionale di Linguistica e Filologia Italiana (Helsinki, 18-20 giugno 2012), Firenze, Franco Cesati, 2014, pp. 707-715.

saggio, per la cui strutturazione si ricorre quindi solitamente ad alcuni elementi scrittori nati in questo ambiente digitale, quali gli hashtag. L'hashtag, o 'cancellotto', rappresenta una delle componenti scritte più significative introdotte da Twitter. In primo luogo, l'adozione del cancellotto ha comportato una modifica dello standard ortografico, perché l'hashtag «condiziona la scrittura alle regole grafiche dell'informatica»³¹ dando vita a una *scriptio continua*³² con cui risultano rimodulate molte delle usitate pratiche di scrittura predigitali. Infatti, l'hashtag è composto da una stringa di testo «non separata da spazi grafici»³³ il cui contenuto linguistico è di estensione variabile, perché può corrispondere tanto a un singolo sintagma nominale quanto a un'intera frase le cui componenti risultano tra loro agglutinate. Oltre a ciò, il cancellotto può essere concepito in quanto elemento lessicale polifunzionale³⁴ cui è anzitutto associata una «capacità ipertestuale»,³⁵ cioè una capacità di indicizzare il contenuto del testo in cui compare, tramite cui viene esplicitato il legame tra tweet concernenti lo stesso argomento. Più nello specifico, nelle interazioni su Twitter il cancellotto «ingloba la doppia funzione di focalizzazione su un tema e di aggregazione degli interlocutori»³⁶ ed è, quindi, utilizzato tanto per suscitare una reazione da parte degli utenti che leggono il tweet quanto per «creare gruppi di "cinguettatori"»,³⁷ cioè comunità di utenti attorno a un contenuto specifico.³⁸ Al contempo, gli hashtag possono anche ricoprire una funzione "identitaria" o "performativa", cioè possono essere utilizzati «per lanciare slogan, petizioni o campagne

³¹ F. CHIUSAROLI, "Scritture brevi" nel diasistema delle scritture digitali, in C. DE SANTIS – N. GRANDI (a cura di), *CLUB. Working Papers in Linguistics*, Vol. 1, 2017, pp. 5-18.

³² EAD., *Sintassi e semantica dell'hashtag: studio preliminare di una forma di "Scritture brevi"*, in Proceedings of the First Italian Conference on Computational Linguistics CLiC-it 2014 & and of the Fourth International Workshop EVALITA 2014 (9-11 dicembre 2014), Pisa, Pisa University Press, 2014, pp. 117-121.

³³ PALERMO, *Organizzare il discorso in rete...*, cit., p. 54.

³⁴ M. ZAPPAVIGNA, *Searchable Talk: The Linguistic Functions of Hashtags*, in «Social Semiotics», 25(3), 2015, pp. 274-291.

³⁵ F. CHIUSAROLI, *Scritture brevi e tendenze della scrittura nella comunicazione di Twitter*, in F. BIANCHI – P. LEONE (a cura di), *Linguaggio e apprendimento linguistico: metodi e strumenti tecnologici*, Studi AltLA 4, Milano, AltLA, 2016, p. 108.

³⁶ S. SPINA, *Le conversazioni scritte dei social media: un'analisi multidimensionale*, in BIANCHI – LEONE (a cura di), *Linguaggio e apprendimento linguistico...*, cit., p. 98.

³⁷ M. ARCANGELI, *Breve storia di Twitter*, Castelvecchi, Roma, 2016, p. 30.

³⁸ Su questo punto si veda anche S. SPINA, *Fiumi di parole. Discorso e grammatica delle conversazioni scritte in Twitter*, Roma, Aracne, 2019.

di opinione»,³⁹ e per enfatizzare il parere dello scrivente nei confronti del contenuto del tweet.

Come si può osservare negli esempi che seguono, nel caso della comunicazione politica si può ricorrere al cancelletto per segnalare la posizione dell'emittente in quanto autore del testo:



1; Tweet di @matteosalvinimi del 26/05/2020



2; Tweet di @matteosalvinimi del 31/08/2020



3; Tweet di @matteosalvinimi del 12/02/2021

³⁹ PALERMO, *Organizzare il discorso in rete...*, cit., p. 54.

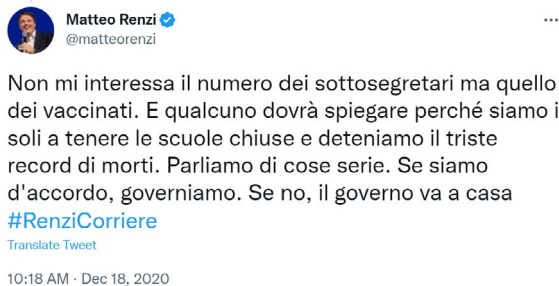
Matteo Salvini utilizza prevalentemente uno schema bipartito formato da un hashtag in prima posizione, *#Salvini*, seguito dai due punti con cui viene introdotto il testo, e un secondo cancelletto in posizione finale. Nello specifico, il primo hashtag identifica chi sta scrivendo, cioè l'autore, e si configura in quanto «marchio di garanzia e autorevolezza»⁴⁰ rispetto al contenuto del testo stesso. Oltre a ciò, i due punti che seguono *#Salvini* suggeriscono che le parole del testo sono state utilizzate dal politico in uno specifico contesto extralinguistico, il cui riferimento esatto è recuperabile tramite l'hashtag che chiude il tweet (*#fuoridalcoro*, *#QuartaRepubblica* e *#mattino5*). In altre parole, il primo cancelletto identifica l'autore del testo e si costituisce come duplice riferimento alla fonte di enunciazione, cioè rimanda sia all'account social del personaggio politico sul web sia, al contempo, al personaggio politico nel contesto extralinguistico in cui il discorso è stato pronunciato. Un ulteriore ancoraggio alla realtà extralinguistica è poi fornito dall'hashtag utilizzato in chiusura, con cui si evoca il programma televisivo (più raramente la trasmissione radiofonica) in cui il politico si è espresso sui contenuti riportati nel tweet. L'hashtag *#Salvini* è quindi impiegato dallo scrivente in modo autoreferenziale e come marca autoriale per indicare che le parole riportate sono ascrivibili in modo esclusivo al politico, la cui partecipazione in prima persona al racconto viene suggerita dall'utilizzo dei verbi *ricordo*, *incontro*, *ho* e *vedo*. La funzione-autore marcata attraverso il cancelletto ha anche lo scopo di garantire la veridicità delle informazioni presenti nel tweet, di cui lo scrivente si assume la paternità, che può essere altresì confermata cercando l'intervento del politico all'interno del programma televisivo citato.

Un procedimento simile si può osservare anche in alcuni tweet di Matteo Renzi (@matteorenzi), riportati di seguito:

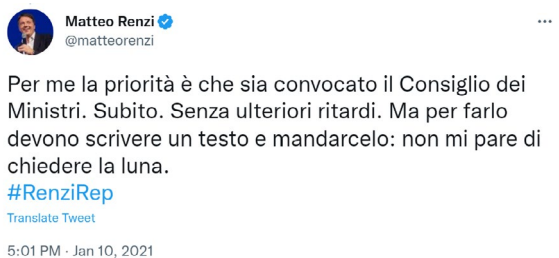


4; Tweet di @matteorenzi del 05/11/2020

⁴⁰ S. FERRARI, *Di Maio, Renzi, Salvini: la lingua social dei leader politici*, in S. ONDELLI (a cura di), *Populismi, rottamazioni e social media: sviluppi recenti della comunicazione politica in Italia*, Trieste, EUT-Edizioni Università di Trieste, 2021, p. 125.



5; Tweet di @matteorenzi del 18/12/2020



6; Tweet di @matteorenzi del 10/01/2021

Nel caso di Renzi, la struttura bipartita vista in precedenza è assente, così come non sono presenti i dispositivi formali tipici della piattaforma che introducono il testo. Nei tweet del politico fiorentino la marca autoriale è posizionata alla fine del tweet, in cui si trovano agglutinati sia il nome dello scrivente, sia il contesto in cui le parole sono state pronunciate. Rispetto ai testi di Salvini, il contesto di enunciazione originario è diverso, perché le informazioni contenute nei tweet di Renzi provengono da interviste rilasciate dal politico ad alcuni quotidiani, tra cui troviamo «Avvenire», «Il Corriere della Sera» e «La Repubblica», questi ultimi abbreviati tramite le forme «Corriere» e «Rep». Il meccanismo di duplice riferimento alla fonte di enunciazione è però sovrapponibile a quello presente nei tweet di Salvini e, anche in questi casi, il racconto è riportato in prima persona – tramite i verbi *credo*, *mi interessa*, *mi pare*, o la forma pronominale *per me*. Pur con le dovute differenze formali, in modo molto simile a Salvini anche nei tweet di Renzi il cancelletto viene quindi impiegato per ribadire le posizioni politiche dello scrivente e attiva, inoltre, un rinvio intertestuale alla fonte in cui si trova la notizia integrale riportata nel tweet.

La marcatura autoriale si costituisce come caso particolare di “visibilità” dell’autore nel Web 2.0, benché il suo utilizzo non sia presente in modo trasversale nei tweet dei politici presenti sulla piattaforma. Gli esempi commen-

tati risultano interessanti, perché, come abbiamo già potuto constatare, nel caso della comunicazione politica gli emittenti non hanno bisogno di apporre una firma sui propri tweet per rivendicarne la paternità. Infatti, i profili degli emittenti sono tutti ufficiali e verificati (come si nota dal piccolo *badge* blu apposto anche al nome dell'account) e, soprattutto, i politici vengono percepiti in quanto autori del testo anche nelle situazioni in cui non lo sono realmente (nella maggior parte dei casi le pagine in questione vengono di fatto gestite da social media manager). Benché la marcatura della funzione-autore sia presente soltanto in alcuni contesti, gli esempi analizzati sono utili per ricostruire seppur parzialmente le caratteristiche del profilo autoriale tradizionale, inteso in quanto *auctoritas* e garante del contenuto del testo. La marcatura autoriale tramite hashtag consente, al contempo, di approfondire alcuni usi più particolari degli strumenti scrittori propri di Twitter. Nei casi presentati, il cancelletto svolge in primo luogo la funzione di elemento aggregatore e indicizzatore, perché consente di raggruppare tutti i tweet del politico che presentano la medesima formula (di apertura o di chiusura), permettendo a chi scrive di enfatizzare la propria funzione-autore e di ribadire la propria autorità rispetto alle informazioni trasmesse nel testo. Oltre al rafforzamento dell'*imago* discorsiva del politico, in questi casi il cancelletto si costituisce, in modo particolare, come elemento intertestuale e transmediale con cui si esplicita infatti il collegamento tra il tweet e gli altri testi o media (quotidiani online, pagine di altri social network, pagine diverse su Twitter, ecc.) in cui gli utenti possono consultare il testo nella versione integrale.

2.2 INVISIBILE: LA POLLIAUTORIALITÀ NEI MEME

Per il polo dell'anonimato abbiamo scelto come caso emblematico i meme, una forma di scrittura collettiva⁴¹ realizzata tramite il contributo di più utenti, la cui figura autoriale rimane tuttavia sullo sfondo. I meme⁴² digitali sono

⁴¹ T. O'REILLY, *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, in «Communications & Strategies», 65, 2007, pp. 17-37.

⁴² Il termine *meme* – dall'inglese *meme*, /mi:m/- è un neologismo coniato dal biologo Richard Dawkins nel 1976 all'interno del saggio *The Selfish Gene*, 'Il gene egoista'. L'obiettivo dello studioso era quello di creare un parallelismo tra le modalità di riproduzione dei geni e quelle degli oggetti culturali, a cui Dawkins dette il nome di *meme*. Secondo l'accezione originale del termine, derivato dal sostantivo greco *mimēma* 'imitazione', a esso si ascrive il significato di «singolo elemento di una cultura o di un sistema di comportamento, replicabile e trasmissibile per imitazione da un individuo a un altro o da uno strumento

«prodotti di scrittura multimodale e multimediale»⁴³ dal contenuto ludico oppure ironico che acquisiscono particolare influenza, o viralità, tramite la condivisione online.⁴⁴ La creatività dei singoli utenti è cruciale per la formazione del meme: questo tipo di oggetti multimodali si costituisce di fatto come una specie di «*bricolage* testuale»,⁴⁵ la cui pervasività è determinata dal *remix* o dalla manipolazione di elementi di cultura popolare riprodotti e diffusi presso specifiche comunità digitali.⁴⁶ Per descrivere le peculiarità di questo tipo di scrittura poliautoriale, partiamo dall'origine di un noto meme di inizio anni Duemila:



7; *One does not simply walk into Mordor* meme (2004)

di comunicazione ed espressione a un altro». Per la definizione rimandiamo al *Vocabolario Treccani on line*, mentre per i dovuti approfondimenti si può consultare R. DAWKINS, *The Selfish Gene*, Oxford, Oxford University Press, 1976.

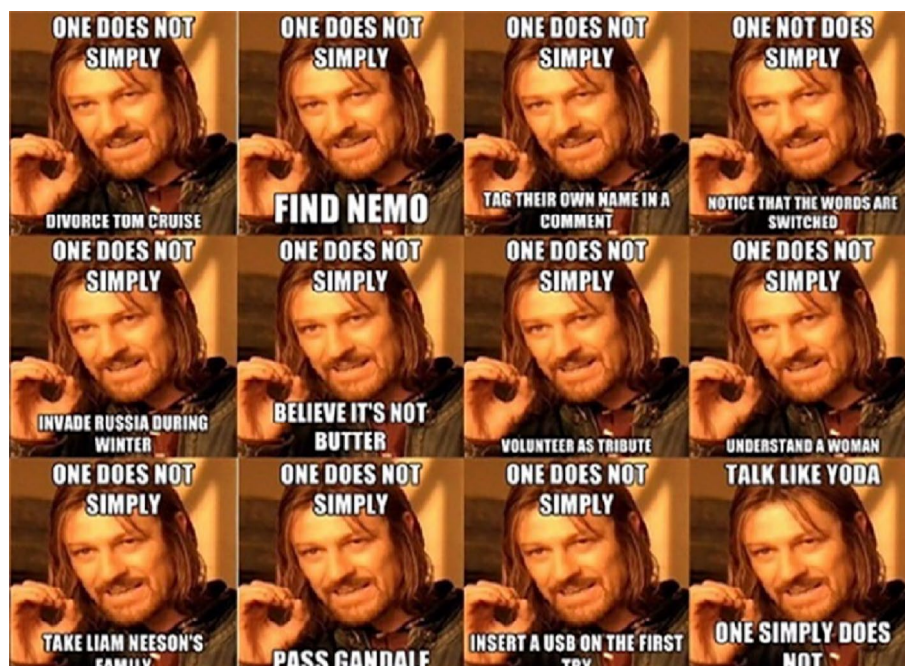
⁴³ G. FIORENTINO, *I meme digitali: scritture esposte sul web*, in «Lingua Italiana d'Oggi», 16, 2021, pp. 117-140.

⁴⁴ I meme non sono completamente sovrapponibili ai contenuti virali che, più generalmente, vengono condivisi nella rete: il contenuto virale viene semplicemente trasmesso dagli utenti senza apportare modifiche al testo di partenza, mentre i meme richiedono la partecipazione attiva dei singoli utenti per la creazione del testo. Sulle differenze tra le nozioni di 'meme' e 'virale' si può fare riferimento a L. SHIFMAN, *Memes in Digital Culture*, The MIT Press, Cambridge (Massachusetts), 2014 e a G. MARINO, *La gente, gli arcobaleni e Salvini. Internet meme, viralità e politica italiana*, in «Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio», 13(2), 2019, pp. 103-138.

⁴⁵ G. MARINO – M. THIBAUT, (*A mo' di*) Prefazione. *Oh, You Just Semiotized Memes? You Must Know Everything. Un punto (e accapo) sulla semiotica della viralità*, in ID. (a cura di), *Viralità. Per una epidemiologia del senso*, in «Lexia. Rivista di semiotica», 25-26, 2016, pp. 11-42.

⁴⁶ R. M. MILNER, *The World Made Meme. Public Conversation and Participatory Media*, Cambridge (Massachusetts), The MIT Press, 2016.

Questo meme, nato nel 2004, prende vita dalla celebre frase «One does not simply walk into Mordor» – in italiano, ‘Non si entra con facilità a Mordor’ – pronunciata dal personaggio di Boromir (Sean Bean) nel primo capitolo della trilogia de *Il Signore degli Anelli*. Negli esempi che seguono, l’effetto ironico viene realizzato tramite modifiche applicate al codice verbale:



8; La catena memetica originata dal meme *One does not simply walk into Mordor*

Nonostante non esista un formato standard di diffusione,⁴⁷ i meme sono solitamente costituiti da brevi testi (contenenti battute, giochi, di parole, tormentoni, e così via), associati a un’immagine o ad altri elementi visivi con cui il codice verbale instaura una relazione di reciprocità⁴⁸ semantica. In altre parole, testo e immagine sono «intrecciati in modo inequivocabile»,⁴⁹ cioè sono inscindibili ai fini dell’interpretazione del testo nel suo complesso e questa caratteristica svolge un ruolo pivotale sia per ciò che concerne la manipolazione del meme, sia per la riproduzione dello stesso in contesti diversi da quello originale. La riproducibilità è il primo tratto saliente di questo tipo

⁴⁷ Sui diversi tipi di meme si veda MARINO, *La gente, gli arcobaleni, ..., cit.*

⁴⁸ C. CALÒ - G. FIORENTINO, *Memetica: la lingua franca giovanile del XXI secolo*, in «Lingua Italiana d’Oggi», 16, 2021, pp. 63-88.

⁴⁹ *Ivi*, p. 81.

di scrittura partecipativa, cui si aggiunge la “longevità”:⁵⁰ per risultare efficace, un meme non deve soltanto essere condiviso, ma, attraverso il *remix* e l’alterazione delle sue componenti, deve anche suscitare lo stesso effetto sui riceventi per un periodo di tempo abbastanza lungo. Questi due aspetti sono inoltre garantiti dal carattere di «transmedialità»,⁵¹ perché i meme sono pensati per essere ospitati su media e su supporti differenti (social network, pagine web, sistema di messaggistica, e così via).

Ripetizione, longevità e transmedialità stanno alla base della cosiddetta “famiglia memetica”, espressione con cui si indica il rapporto che si instaura tra il singolo oggetto testuale e la serie di riferimento, formata dalle infinite alterazioni del testo originale. La serie costituisce la «costellazione di significati»⁵² in cui si inserisce il singolo oggetto memetico: come nota Lolli, il «singolo [meme] presuppone la serie»,⁵³ perché è nel rapporto con la famiglia memetica di riferimento che un meme può essere definito in quanto tale, cioè in quanto testo con cui si manipola e si rielabora materiale segnico presente altrove. Al pari di altri testi “nativi digitali”,⁵⁴ anche i meme si fondano quindi su un principio di «intertestualità attiva»,⁵⁵ innanzitutto perché si trovano in stretta relazione con tutti gli altri testi che compongono la serie, cui il singolo meme rimanda implicitamente. Oltre a ciò, ogni meme è intrinsecamente intertestuale, perché «risulta [di per sé] connesso ad altri testi»⁵⁶ presenti sia in spazi digitali differenti sia al di fuori della rete. Per questo motivo, la catena memetica presuppone che chi crea o fruisce il meme conosca i riferimenti, testuali e visivi, citati nello stesso: per quanto riguarda la serie memetica proposta, non si potrebbe infatti ridere del messaggio «One does not simply take Liam Neeson’s family» se non si conoscesse il film *Taken* – in italiano, *Io vi troverò* – in cui Liam Neeson interpreta un padre coraggioso la cui famiglia viene rapita.

Il rapporto tra il singolo meme e la serie influisce anche sulla nozione di autore. A differenza del testo tradizionale, nel caso dei meme non è prevista la

⁵⁰ S. BLACKMORE, *The Meme’s Eye View*, in R. AUNGER (a cura di), *Darwinizing Culture: The Status of Memetics as a Science*, Oxford, Oxford University Press, 2001, pp. 25-42.

⁵¹ LOLLI, *La guerra dei meme...*, cit., p. 87.

⁵² G. MAZZOLENI – R. BRACCIALE, *La politica pop online. I meme e le sfide della comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2019, p. 65.

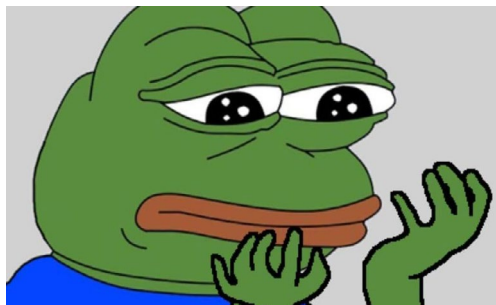
⁵³ LOLLI, *La guerra dei meme...*, cit., p. 87.

⁵⁴ PALERMO, *Italiano scritto...*, cit.

⁵⁵ M. PRADA, *L’italiano in rete. Usi e generi della comunicazione mediata tecnicamente*, Milano, FrancoAngeli, 2015, p. 131.

⁵⁶ FIORENTINO, *I meme digitali...*, cit., p. 120.

presenza di una precisa figura autoriale, in primo luogo perché la catena memetica si configura come il *risultato* di un processo, composto dai vari momenti di rielaborazione, modifica e diffusione dei singoli testi, che non appare esplicito nella fruizione del singolo meme. Poiché la serie memetica rappresenta il prodotto dell'attività creativa di molti utenti, i passaggi di alterazione del testo di partenza si perdono e «la presenza dell'autore svanisce progressivamente [...] fino a scomparire, fagocitata dalla creatività collettiva».⁵⁷ Oltre a ciò, rispetto alla testualità tradizionale nei meme l'autore scompare «perché scompare l'opera»⁵⁸ intesa in quanto oggetto testuale chiuso, lineare, e dotato di una specifica coerenza garantita dalla figura autoriale di riferimento. Di fatto ogni meme non può essere concepito come testo *finito* – anche se di per sé coeso e coerente –, sia perché il processo di decodifica del singolo oggetto testuale pretende l'attivazione di procedimenti intertestuali e inferenziali da parte dei riceventi nei confronti della catena di riferimento, sia in quanto il processo memetico è atto alla creazione della serie e non del singolo testo. Il meme in isolamento è perciò incompleto, perché attende che vi vengano poste delle modifiche dall'utente successivo, al fine di ampliare, potenzialmente all'infinito, la serie memetica. Ciononostante, vi sono stati casi in cui l'autore del meme da “invisibile” si è, in circostanze particolari, reso “visibile”. A questo proposito, si può citare la vicenda del meme *Pepe the frog*, nato a partire dal personaggio di un fumetto ideato e diffuso su *Myspace* da Matt Furie nel 2005. La rana antropomorfa ha riscosso notevole successo in breve tempo, trasformandosi nel cosiddetto “sad frog meme” (‘meme della rana triste’):



9; Sad Frog Meme

Il meme si è poi diffuso velocemente in altri spazi digitali e nel 2015 è stato scelto da Donald Trump per promuovere la propria campagna presidenziale:

⁵⁷ MAZZOLENI – BRACCIALE, *La politica pop...*, cit., p. 59.

⁵⁸ LOLL, *La guerra dei meme...*, cit., p. 103.



10; Tweet di @realDonaldTrump del 15/10/2015

Dal momento in cui Trump ha deciso di raffigurarsi con le sembianze della “rana triste”, il meme si è quindi trasformato in «un “simbolo di odio razziale”»⁵⁹ ed è stato principalmente impiegato per indicare affiliazione con la destra razzista statunitense. Poiché questo esito non era stato sicuramente previsto dall’autore del fumetto, quest’ultimo ha infine dichiarato la morte del proprio personaggio con lo scopo di prendere le distanze dalla deriva nazionalista cui era andato in contro il meme.



11; La morte di ‘Pepe la rana’.

⁵⁹ *Ivi*, p. 114.

In questo caso, l'autore iniziale – la cui funzione era celata dalle infinite ripetizioni memetiche – uccidendo il personaggio ha simbolicamente eliminato anche sé stesso, per non essere associato con le posizioni xenofobe e radicali di chi utilizzava il meme in ambito politico. Data la natura polifonica del testo memetico, l'episodio di Pepe rappresenta per ovvie ragioni un caso isolato che, pur nella propria specificità, rende conto sia della complessità del processo memetico, sia della poliedricità della figura autoriale digitale.

3. CONCLUSIONI

La categoria della (in)visibilità proposta in questa sede non è esaustiva rispetto alla descrizione del profilo autoriale del Web 2.0. Di fatto, l'antinomia tra 'visibile' e 'invisibile' rappresenta soltanto i poli di un *continuum* di manifestazioni autoriali digitali tra loro molto differenti, la cui diversità è principalmente ascrivibile alle caratteristiche del contesto mediale di riferimento. La dicotomia tra queste due categorie consente, tuttavia, di definire almeno i contorni della figura autoriale 2.0.

Nel caso della "visibilità", la marcatura autoriale tramite hashtag permette infatti di constatare la permanenza in rete di alcune caratteristiche dell'autorialità tradizionale. Nonostante i testi di Twitter siano ipertesti, quindi oggetti fluidi, modulari, aperti e infiniti, il testo politico sulla piattaforma gode di uno statuto differente rispetto agli altri tweet. Più in particolare, il testo politico su Twitter è «progettato per dilatarsi sedentariamente»:⁶⁰ ciò significa che, anche se gli utenti possono aggiungere del materiale tramite commenti causando una dilatazione dello spazio testuale, in realtà il primo tweet diffuso dall'account del politico costituisce un'unità in sé stesso. Il tweet originale non è infatti alterabile e si presenta, in altre parole, come testo chiuso la cui veridicità dipende dall'autorevolezza dell'emittente. In linea con la figura dell'autore tradizionale, nei casi analizzati i politici si istituiscono quindi in quanto garanti dell'attendibilità, della coerenza e della veridicità delle informazioni trasmesse nel testo. Per questo motivo, possiamo sostenere che la marcatura autoriale presente su Twitter consenta di ricostruire un universo discorsivo in cui il politico svolge, al pari di un 'autore' tradizionale, la funzione di raggruppare i testi e di responsabilizzarsi rispetto ad essi.

⁶⁰ M. PRADA, *Rendiconti della terra di nessuno. Lingue, comunicazione, testualità fra Web e piattaforme sociali*, in «Lingua Italiana D'Oggi», 14, 2017, pp. 15-92.

Al contrario, i meme rappresentano a pieno il “canone” ipertestuale e, anche in questo caso, l’invisibilità dell’autore dipende dalle caratteristiche del testo cui fa riferimento. L’ipertesto memetico non è mai finito e, come abbiamo avuto modo di osservare in queste pagine, l’identità di chi interviene sul testo rimane, quasi sempre, celata. Ciononostante, la famiglia memetica sussiste in virtù della presenza di una funzione-autore, seppur non manifesta e implicita. A differenza della testualità tradizionale, il processo memetico non prevede la presenza di un’autorità che garantisce l’integrità semantica e formale del testo, ma, da un punto di vista materiale, il meme presuppone che vi sia una “catena autoriale”. Infatti, la creatività che caratterizza questo tipo di scrittura digitale multimodale dipende dai molteplici passaggi autoriali e, benché i singoli autori non siano conoscibili – al di là del caso specifico di “Pepe la rana” –, senza una funzione-autore non esisterebbero neanche i meme.

Sebbene anche la testualità tradizionale subisca una profonda riscrittura ontologica da parte delle tecnologie, possiamo concludere affermando che la figura dell’autore non scompare in relazione al Web 2.0. Infatti, anche se la «scrittura solida»⁶¹ è antitetica rispetto a quella *liquida*⁶² dell’infosfera, vi sono anche nella Rete manifestazioni del profilo autoriale in parte sovrapponibili a quelle del testo tradizionale. Ciò è possibile perché è il testo, anche nella propria variante ipertestuale, il fulcro del paradigma testuale di riferimento, non l’autore. Finché vi sarà un testo, sia esso tipografico e chiuso oppure immateriale e aperto, vi sarà una funzione autoriale ad esso associata, perché il testo custodisce sempre in sé stesso «un certo numero di segni che rinviano all’autore»,⁶³ a prescindere dalla (in)visibilità di quest’ultimo.

⁶¹ PALERMO, *Italiano scritto 2.0...*, cit., p. 124.

⁶² G. FIORENTINO, *Scrittura liquida e grammatica essenziale*, in U. CARDINALE (a cura di), *A scuola di italiano a 150 anni dall’Unità*, Bologna, Il Mulino, 2011, pp. 219-241.

⁶³ FOUCAULT, *Che cos’è un autore? ...*, cit., p. 13.