

# Memetica & politica

di Valentina Tanni (@valentinatanni)

Nel 2009, durante il processo contro The Pirate Bay, uno degli avvocati si rivolse a Peter Sunde, membro fondatore del noto sito di file sharing, con queste parole: “quando vi siete incontrati per la prima volta IRL (in real life)?”. La risposta, semplice ma efficace, è passata alla storia: “Noi non usiamo l’espressione IRL”, ribatté Sunde, “preferiamo AFK (away from keyboard), perché pensiamo che internet sia reale”. Questa necessità di abbandonare la dicotomia reale-virtuale, anche sul piano linguistico, è poi stata ribadita da tanti altri nell’ultimo decennio, soprattutto tra le generazioni più giovani. Piotr Czerski, ad esempio, scrittore e poeta polacco allora trentenne, nel 2012 pubblicò una letteramanifesto molto discussa intitolata *We, the Web Kids*, in cui rivendicava l’esistenza di una precisa identità generazionale caratterizzata dal web come esperienza formativa: “noi non navighiamo, e internet per noi non è un luogo o uno spazio virtuale”, scriveva, “non è qualcosa di esterno alla realtà, ma ne è una parte, uno strato invisibile ma sempre presente e strettamente intrecciato all’ambiente fisico. [...] il web siamo noi, che comunichiamo nella maniera che ci è naturale, con un’intensità e un’efficienza senza precedenti nella storia dell’umanità”. Ma è stata proprio quella che molti chiamano ancora “vita reale” a dimostrarci ripetutamente la totale permeabilità tra online e offline. In sostanza, non esiste praticamente nulla, nel nostro sistema culturale, politico e sociale, che non passi, prima o dopo, attraverso le maglie della rete. E questo accade perché la connessione non è più un’occorrenza che si verifica solo saltuariamente; è piuttosto una presenza costante e scontata, che si fa notare solo quando manca, come succede per la corrente elettrica.

Una delle sfere in cui il rapporto tra online e AFK – adottando l’espressione di Sunde – si fa ogni giorno più evidente è senz’altro quella politica. Il peso che ha avuto la comunicazione social durante le elezioni americane del 2016, ad esempio, ha costretto anche i più riluttanti a fare i conti con la potenza del web e con la centralità assoluta delle espressioni che nascono al suo interno, oltre che con i processi di controllo e manipolazione attuati da piattaforme, personalità politiche e governi. In quell’occasione, com’è stato più volte sottolineato, i meme - dispositivi linguistici che sulla rete nascono e si propagano - hanno funzionato da catalizzatori del dibattito, nel bene e nel male, influenzando il voto e accompagnando l’intera cam-

pagna elettorale. A suggellare questa nuova fase del rapporto tra politica e web culture è stato il tweet di Donald Trump del 13 ottobre 2015, in cui l’allora candidato presidente diffondeva l’immagine di se stesso nei panni del *meme character* Pepe the Frog. Oggi, a distanza di cinque anni, la produzione memetica si è trasformata in un tassello della conversazione politica che accompagna e influenza tutti gli eventi dell’agenda pubblica, in una dinamica circolare che si muove continuamente dentro la rete ma anche al suo esterno. Come ha ben spiegato An Xiao Mina nel saggio *Memes to Movements* (2019), i meme compaiono sempre più spesso fuori da internet, prendendo corpo su magliette, borse, cappellini, spillette e gadget di ogni tipo. Ancora più spesso, diventano la base per la realizzazione di cartelloni e striscioni da esibire durante le marce di protesta per le strade di tutto il mondo. La familiarità che le generazioni più giovani hanno con i template memetici, infatti, e la loro tendenza ad utilizzarli per esprimere opinioni, sentimenti e visioni del mondo, hanno portato naturalmente a una loro diffusione sempre più massiccia anche al di là delle pagine web. La coscienza politica dei giovani si costruisce, come gran parte del loro bagaglio culturale, attraverso le interazioni online, ed è dunque impensabile che il linguaggio delle culture - e subculture - di internet non finisca per filtrare anche nei discorsi e nei manifesti. Si tratta di una tendenza, questa, in atto da almeno un lustro ormai, ma che è divenuta particolarmente visibile negli ultimi due anni. La giornalista americana Madison Malone Kircher, ad esempio, faceva notare in un articolo uscito nel marzo 2018 sul *New York Magazine* la grande frequenza di cartelloni memetici all’interno dei cortei di *March for Our Lives*, il movimento nato per chiedere nuove leggi sulla vendita di armi da fuoco in seguito al massacro della Marjory Stoneman Douglas High School. Per le strade di Washington, New York e decine di altre città degli Stati Uniti comparvero versioni stampate e disegnate di meme molto famosi come *Distracted Boyfriend*, *Krusty Krab/Chum Bucket* ed *Expanding Brain*, tutti utilizzati per sottolineare, con le armi dello humor e del sarcasmo, le storture di un sistema politico corrotto e disinteressato al benessere dei cittadini. Scriveva la Kircher, in risposta ad alcuni commenti negativi che le fotografie da lei scattate avevano raccolto su Twitter: “i teenager stanno combattendo la guerra contro la violenza armata dal loro territorio, un territorio che nasce in ambito digitale e di cui parlano

fluentemente la lingua, a differenza di tutti quelli che hanno più di 25 anni. Criticarli su Twitter è esattamente quello che vogliono che voi facciate. Se state impiegando il vostro tempo per digitare traballanti argomentazioni sul perché SpongeBob non possa essere usato per parlare di cose serie, state solo facendo il loro gioco”. Cartelloni dello stesso tipo sono stati fotografati anche quest’anno durante le marce del *Black Lives Matter*, oltre che in tutte le manifestazioni dei movimenti ambientalisti, con esempi che includono i template *Is This a Pigeon* (che diventa *Is this a Riot*) e *This is Fine*, quest’ultimo usato per ironizzare sulla mancanza di azioni concrete contro il global warming. L’immagine è particolarmente azzeccata: un cagnolino antropomorfo che beve una tazza di caffè sullo sfondo di un ufficio in fiamme, accompagnato dalla scritta “*va tutto bene*”. A questo specifico genere, ossia i cartelloni del movimento ambientalista, è dedicato anche il progetto #Memersforfuture dei Clusterduck, collettivo che da alcuni anni porta avanti progetti di ricerca sul mondo della memetica al confine tra arte, design e politica. Tramite un account Instagram in cui vengono raccolte le immagini, una call aperta a tutti e una serie di eventi in giro per festival e spazi espositivi, i Clusterduck sostengono la necessità di una riflessione sul futuro del pianeta visto attraverso gli occhi delle generazioni più giovani e raccontato con il loro linguaggio. Il trend dei cartelloni memetici tuttavia non è soltanto un fenomeno americano, come potrebbe sembrare dagli esempi citati finora. A dimostrazione della sua diffusione globale ci sono i numerosi esemplari comparsi a Hong Kong nel 2019 durante le proteste contro il disegno di legge sull’estradizione dei latitanti: qui, il famosissimo template noto come *Drakeposting*, che ha come protagonista il rapper americano che approva/disapprova qualcosa, è stato ridisegnato a mano chiamando in causa Carrie Lam, alla guida dell’esecutivo del Paese. Immagini simili arrivano anche dal Cile, nel contesto delle proteste antigovernative che hanno invaso le strade di Santiago negli ultimi mesi del 2019; tra tutte, spicca l’immagine di un gattino - animale totem e spirito guida del web sin dai suoi inizi - che beve un succo a base di “rivoluzione” (Juiguito de Revolucion), rielaborando il template del *Dumb Fuck Juice*.

Nel contesto di un ecosistema mediale sempre più ibrido e partecipato, dunque, in cui le espressioni e i simboli culturali vengono continuamente “rubati”, modificati e remixati, i messaggi della protesta politica diventano anch’essi parte del ciclo memetico, un processo che si estende ben oltre i confini dello schermo arrivando fisicamente in mano alle persone. E qual-

che volta anche “addosso”, come nei casi - anch’essi numerosi - in cui entra in gioco la componente performativa: manifestanti di tutto il mondo negli ultimi anni sono scesi in piazza travestiti da Pepe the Frog, da Guy Fawkes (nella versione della graphic novel *V per Vendetta*), oppure con le maschere di Dalí (come i personaggi della serie tv *La casa de papel*), il mantello di Harry Potter e il completo rosso di Joker, ma anche indossando i panni di personaggi presi da cartoni e anime come Doraemon e Hamtaro, evocando pratiche culturali specifiche come il cosplay e il furry fandom. La natura caleidoscopica e ricombinante del sistema culturale contemporaneo, dunque, inizia a manifestarsi in ogni espressione della vita quotidiana, invadendo gli spazi online come quelli offline con la medesima frequenza. Ha ben descritto le traiettorie di questo scenario in un testo del 2013 – significativamente intitolato *Too Much World: Is the Internet Dead?* – la teorica Hito Steyerl, che da anni si occupa dei travasi tra web culture e mondo fisico: “se le immagini cominciano a debordare dagli schermi invadendo soggetti e oggetti, la conseguenza principale, di cui poco si parla, è che la realtà consiste ormai quasi totalmente di immagini; o meglio, di cose, costellazioni e processi che precedentemente si manifestavano in forma di immagini. [...] Tutt’altro che ai poli opposti di un abisso incolmabile, immagine e mondo sono in molti casi nient’altro che l’uno la versione dell’altra”.

---

### Valentina Tanni

è storica dell’arte, curatrice e docente specializzata nel rapporto tra arte, nuove tecnologie e culture del web. Il suo ultimo libro è *Memestetica. Il settembre eterno dell’arte* (NERO, 2020)