

Tommaso Tozzi

IDENTITA' E ANONIMAZIONE

Dagli scrittori di graffiti alle tags digitali

Pubblicato in: Decoder, #9, Shake Underground editions, Milano, 1994, Italia.

Pubblicato anche in: "Conflitti giovanili e culture metropolitane", Costa & Nolan, 1995.

PREMESSA:

IDENTITA' MULTIPLE E SISTEMI MEDIALI PLURILINGUISTICI

Il "nome" ha un ruolo burocratico nella societa'. E' utile per certe necessita', ma diventa un limite ad altre. L'identita' fornita dal nome e' la password di accesso agli archivi che contengono la parte burocratica della nostra storia sociale. Evidentemente la nostra vita non si esaurisce nelle pratiche burocratiche, ma mette in gioco un insieme di relazioni per le quali il dover fare riferimento sempre a un unico nome e' di fatto un limite. L'impossibilita' di assumere identita' multiple impedisce l'uso della metafora per descrivere noi stessi. Inoltre il dover fare riferimento al nome sempre attraverso una parola rende dominante il linguaggio verbale nella comunicazione.

La dominanza del linguaggio verbale nei sistemi di comunicazione del passato e' stata una convenzione utile per le relazioni in societa' in cui la scrittura (rafforzata dalla stampa) era il sistema piu' usato (naturalmente niente ha vietato di comunicare anche con gesti grugniti o altro).

Attualmente, con l'avvento e la sempre piu' larga diffusione di tecnologie mediali che permettono l'uso di ipertesti e del cyberspace nella comunicazione di massa, si pone l'evidenza di come la parola possa essere integrata in un modello plurilinguistico che fa uso contemporaneamente di immagini, suoni e sensazioni tattili.

La parola esplose per contenere altre forme linguistiche. Con essa crolla l'utilita' delle convenzioni sociali che imponevano all'identita' di fare riferimento in modo statico ad una parola.

Se questo discorso va inteso come una constatazione pragmatica delle conseguenze di uno sviluppo tecnologico, si puo' affrontare lo stesso problema da punti di vista diversi. Il problema della necessita' di adottare identita' multiple nella comunicazione va ricondotto a un problema etico di liberta' degli individui: da una parte il diritto alla privacy (e quindi all'anonimato) e dall'altra il diritto di rendere pratica sociale ogni potenziale forma del nostro immaginario. Che al giorno d'oggi puo' significare tra le altre cose il diritto di avere la liberta' di concretizzare la propria fantasia nella "realta'" del cyberspace.

LE TAGS SUI MURI

Nel 1967 la direzione della subway di New York multa di \$25 chi scrive nella metropolitana(1). In questo periodo le scritte piu' ricorrenti sono di tipo politico, osceno, religioso, filosofico o ironico. Gia' da molti anni esistono le scritte delle gangs mentre iniziano a fare la loro prima apparizione i primi pseudonimi quale "WILLIE AS PAPO", "FRANKIE AS THE MONSTER", ... La funzione delle scritte fatte dalle gangs non si pone il problema di definire un'identita' quanto quello di definire i confini e la proprieta' di un territorio.

Nel 1968 "JULIO 204", da alcuni riconosciuto come il primo scrittore di graffiti, inizia a scrivere regolarmente il suo nome affiancato dal numero della strada in cui vive (le ultime notizie che si ha di lui, intorno alla fine degli anni settanta, lo vedono ricoverato in un ospedale psichiatrico). "THOR 191" scrive la O del suo pseudonimo con l'emblema del simbolo pacifista.

Questi primi pseudonimi degli scrittori di graffiti si differenziano dai nomi delle gangs in quanto indicano un'attitudine del proprio comportamento.

Nel 1971 esce il primo articolo sui graffiti nel New York Times indicando in "TAKI 183" il primo graffitista.

All'inizio del 1972 il treno diventa il mezzo per una comunicazione tra scrittori di diversi distretti che scrivono le loro tags (firme) sui vagoni della metropolitana. H. Martinez fonda l'United Graffiti Artists tra le critiche di molti scrittori che preferivano dare al gruppo il nome Graffiti Guerrilla e metodologie di azione differenti. Martinez vorrebbe che i graffiti fossero fatti su tela. Non tiene conto che il linguaggio non prevedeva solo l'immagine ma anche e soprattutto l'azione, con tutto ciò che essa implica: il rischio, la casualità, la sfida e la comunicazione urbana. Dopo un'iniziale decimazione dell'U.G.A. nel gruppo rimangono solo una ventina di scrittori reputati i migliori (tra questi "COCO 144", "LEE 163", "PHASE 2" e "SNAKE I").

Nel 1973 viene fatta la prima mostra di tele realizzate da scrittori di graffiti presso una galleria ufficiale la Razor Gallery.

Intorno alla metà degli anni '70 si contano circa 10.000 scrittori di graffiti in tutta New York. L'identità dello scrittore di graffiti non si fonda sul suo vero nome, ma sullo pseudonimo che ognuno si crea e sviluppa per concentrarvi le qualità di base del suo comportamento e del suo stile di vita. Tale pseudonimo riesce a rappresentare l'identità attraverso un segno che gli rende più facile trovare contatti con altri che la pensano o si sentono simili a lui. Scrivere una tag su un treno significa lanciare la propria identità a giro per la città con la consapevolezza che altri ti risponderanno mostrandoti solidarietà o differenza. Inoltre, grazie a questi scambi di segnali, nascono i primi luoghi di incontro tra scrittori di graffiti (quali il Writer's Corner 188 all'incrocio tra Audobon Avenue intorno al 1971-72) che si riuniscono per discutere delle passioni comuni o per andare a scrivere insieme sui vagoni.

"Questa forma di denominazione simbolica è negata dalla nostra struttura sociale, che impone a ciascuno il suo nome proprio e un'individualità privata, infrangendo qualsiasi solidarietà nel nome di una socialità urbana astratta e universale. Questi nomi, al contrario, queste denominazioni tribali hanno una vera carica simbolica: sono fatti per darsi, per scambiarsi, per trasmettersi, per darsi il cambio indefinitamente nell'anonimato, ma un anonimato collettivo, in cui questi nomi sono come i termini d'una iniziazione che corre dall'uno all'altro e si scambiano tanto bene che non sono, non più della lingua, proprietà di nessuno" (2)

IL LINGUAGGIO COME STRUMENTO DI CONNESSIONE ANZICHÉ DI DESCRIZIONE

L'uso che fanno gli scrittori di graffiti del linguaggio è teso prevalentemente a stabilire un contatto. Non vengono fornite descrizioni o verità sul mondo. L'atto di scrivere un graffito non implica la richiesta di una sua messa in discussione quanto quella di una risposta che mostri l'identità e le qualità del ricevente. Teorie come quella di Rammellzee sul Panzerismo Iconoclasta hanno come finalità quella di distruggere il linguaggio imposto dalla cultura al potere per sostituirlo con uno basato sulle pratiche quotidiane.

Il linguaggio non deve imporre descrizioni ma favorire la connessione. In tale modello linguistico il senso non emerge da una singola affermazione ma nello scambio e nel confronto tra affermazioni differenziate.

In un modo analogo, mettere su una BBS non e' utile per imporre un determinato modello culturale, quanto per favorire lo scambio e il dialogo tra individui. Da tale scambio emerge il senso della BBS.

I VIRUS DIGITALI COME FORMA MEDIALE NON STRUMENTALIZZATA

E' difficile indicare una storia dei virus digitali. Gli studi matematici di Van Neumann ("Theory and Organization of Complicated Automata", 1949) e le ricerche successive sugli automi cellulari e la vita artificiale possono essere considerate il passo principale verso la loro realizzazione. Alcune importanti pubblicazioni del passato sono state "The Mathematical Theory of Epidemics" (1957), "ACM Use of Virus Functions to Provide a Virtual APL Interpreter under User Control" (1974) e "The Worm Programs - Early Experience with a distributed Computation" (1982). Il libro che diffondera' in modo determinante tali ricerche sara' "Computer Viruses: Theory and Experiments" di Fred Cohen (1984). La prima seria epidemia di virus viene datata intorno al 1986.

In linea di massima i virus si basano sul principio dei Worms, Trojan Horses, Logic Bombs e Trapdoors (3).

Molti virus cancellano alcune parti della memoria di un computer o ne compromettono il funzionamento. In realta' esistono anche virus che si limitano ad autoreplicarsi e far apparire dei messaggi sul monitor senza danneggiare il computer.

Eccone un elenco (4) e le relative caratteristiche (l'anno e' relativo a quando e' stato individuato):

nome: AIDS II VIRUS

effetto: Messaggio e melodia

anno: 1990

nome: ARMAGEDON

effetto: Il virus manda una stringa alla COM1 con il messaggio "Armagedon the GREEK"; tra le 5:00 e le 7:00 tenta di chiamare il numero dell'ente per le informazioni dell'ora a Creta in Grecia. Non e' in grado di effettuare chiamate da fuori della grecia.

anno: 1990

nome: ATTENTION!

effetto: Beep quando si preme un tasto.

anno: 1990

nome: CASCADE

effetto: Fa cascare le lettere verso il basso del monitor

anno: 1987

nome: CHRISTMAS IN JAPAN

effetto: messaggio "A merry christmas to you" il 25 dicembre

anno: 1990

nome: FORM-VIRUS

effetto: Rumore dall'autoparlante

anno: 1990

nome: FU MANCHU

effetto: Messaggio "The world will hear from me again!" e altri messaggi che commentano il nome di alcuni personaggi politici

anno: 1988

nome: GREEN PEACE

effetto: Messaggio "Green Peace"

anno: 1991

nome: GROEN LINKS

effetto: Musica di "Stem op groen links" ogni 30 minuti. Relativo messaggio che tradotto in inglese e' "Vote green left" (un partito della sinistra olandese)

anno: 1990

nome: HOLLAND GIRL 1 e 2

effetto: Nel codice del virus e' trascritto il nome "Silvia", il suo indirizzo e la richiesta di mandargli una cartolina. Si presume sia stato scritto dal fidanzato

anno: 1989

nome: INVADER

effetto: Suona una melodia finche' non si spegne il computer

anno: 1990

nome: JOKER

effetto: Mostra i seguenti messaggi: "End of worktime. Turn system off!", "Water detect in co-processor", "I am hungry! insert hamburger into drive A:", "Insert tractor toilet paper into printer", "Another cup of coffee?" e molti altri...

anno: 1989

nome: JOSHI

effetto: Messaggio

anno:

E' su quest'ultimo genere di virus che mi interessa porre l'attenzione.

Sulla capacita' cioe' di distribuire messaggi tramite un virus informatico.

Il messaggio del virus viene affidato alle sue capacita' di contaminazione senza essere diretto a qualche individuo o luogo in particolare. Se il virus e' potente riuscirà a far arrivare il suo messaggio a un gran numero di persone senza dover far uso di meccanismi di massa che "manipolano" il messaggio o lo rendono comunque strumento per altri interessi. Così come le TAGS si affidano ai treni o ai muri per saltare l'establishment artistico, così i virus utilizzano i computer per arrivare nelle case di chiunque.

Questo genere di virus possono essere considerati un sistema di comunicazione del tipo unidirezionale e indiretto.

Il limite "attuale" dei virus rispetto alle TAGS e' che non mi sembra riescano a strutturarsi in una forma linguistica quanto essere più semplicemente l'oggetto di studio e incontro tra individui durante particolari meeting o convegni. Non e' detto comunque che la situazione non possa evolversi.

In ogni caso quello del virus mi sembra essere un importante modello di comunicazione.

Dimostra la volonta' di lanciare messaggi al mondo senza mostrare interesse verso il destinatario, il mittente o verso giochi strumentali collegati all'atto stesso. Cio' che conta e' semplicemente il voler diffondere un messaggio, senza secondi fini e senza voler in qualche modo procurarsi in questo dei vantaggi. La liberta' di poter parlare al mondo senza essere strumentalizzati e' costantemente negata dai sistemi di potere che controllano i mezzi di comunicazione di massa.

E' di questi ultimi anni la nascita di una nuova forma editoriale legata al mondo

dell'elettronica. Sebbene si avvalga degli strumenti informatici, la maggioranza di tali nuove case editrici presenta gli stessi metodi di manipolazione dell'informazione tipici dell'editoria

cartacea. I meccanismi economici e giuridici tendono a favorire i gruppi editoriali piu' potenti che in questo modo possono controllare lo sviluppo culturale della societa'.

Credo che insieme all'uso del mezzo informatico vadano dunque cercate anche nuove forme di distribuzione e presentazione del messaggio. I virus, grazie alla loro capacita' distributiva e alla possibilita' di saltare anonimamente le varie forme di controllo, potrebbero diventare la forma integrante per un nuovo tipo di editoria elettronica. Il distribuire testi di pochi Kbyte per mezzo di virus potrebbe essere un nuovo modo per fare fanzine e cultura alternativa.

Ognuno potrebbe vedersi arrivare messaggi da tutto il mondo senza pagare niente. Anche in questo genere di diffusione credo che sarebbe importante adottare una forma di correttezza che renda consapevole l'utente della presenza del "virus-book" dandogli la facolta' di decidere se leggerlo oppure distruggerlo. Tutto cio' fino a che qualche agenzia pubblicitaria non capira' che i virus sono un ottimo mezzo per propagandare i propri prodotti e non invada il mondo dei PC con virus-pubblicitari subliminali.

LE FACCINE TELEMATICHE COME EQUIVALENTE DI UN SISTEMA CINESICO DI COMUNICAZIONE

"Quattro sono (secondo Fraser) i sistemi nei quali e' scomponibile una interazione comunicativa:

1. Sistema Verbale
2. Sistema Intonazionale
3. Sistema Paralinguistico
4. Sistema Cinesico" (5)

Il sistema cinesico (la comunicazione attraverso movimenti e gesti) trova evidentemente una difficile attuabilita' nello scambio di messaggi telematici. Tale lacuna viene evitata attraverso un particolare espediente: l'uso delle faccine telematiche. Queste faccine sono formate da alcuni caratteri ASCII della tastiera (ad esempio i ":", "-", "<", "/", ...) che scritti uno dopo l'altro riproducono abbastanza fedelmente alcune espressioni di un volto. Se, ad esempio, provate a leggere i seguenti tre caratteri:

: -)

tenendo la testa inclinata di 90 gradi in senso antiorario, avrete di fronte un volto sorridente che nelle comunicazioni telematiche sta a indicare che la frase che lo precede e' scherzosa.

Ecco un esempio di alcune faccine tipiche (6):

:-(Faccia triste o infelice

:-O Sono sorpreso

:-/ Hum

:^) Messaggio che prende in giro qualcuno

:*) Bacio sulla punta del naso

Associare queste faccine a una frase serve a far capire se questa va intesa in senso ironico, incazzato o in qualche altro modo che in un dialogo normale viene fatto intendere attraverso l'espressione del volto vero, tramite gesti o con una determinata intonazione della frase.

Un altro modo per ovviare alle carenze del linguaggio telematico e' l'uso di acronimi. Oltre ad accelerare i tempi di scrittura tali acronimi permettono di sintetizzare un concetto in una sigla.

Eccone una breve lista (7):

POV Point Of View

RTFM Read The Fucking Manual

TTBOMK To The Best Of My Knowledge

IMOBO In My Own Biased Opinion

BTW By The Way
ASAP As Soon As Possible

LE TAGS DIGITALI

Le Firme digitali si possono considerare a tutti gli effetti la diretta conseguenza delle TAGS sui muri o sui treni della metropolitana. La firma digitale sotto i messaggi telematici, che spesso e' uno pseudonimo, non si limita al nome composto di lettere, ma assume una veste grafica realizzata grazie ad alcuni particolari caratteri ASCII o per mezzo della grafica ANSI. Associate frequentemente a una frase (Origin) che diventa un motto, le tags digitali riescono talvolta a esprimere meglio di ogni altra cosa che tipo di persona sia l'autore del messaggio. Grazie ai network telematici questi segni digitali sono in grado di far circolare nel giro di una notte in tutto il mondo lo pseudonimo grafico e verbale con cui ci vogliamo presentare agli altri. A differenza delle tags sui muri, la qualita' digitale delle tags telematiche rende possibile una loro duplicazione esponenziale senza deterioramento nella copia. Cio' permette a chiunque non solo di copiarne lo stile, ma di riutilizzare alcune parti dell'originale per crearne una nuova.

L'evoluzione delle tags digitali nelle comunita' telematiche potrebbe dare luogo a nuovi alfabeti della comunicazione sviluppati dal basso come e' successo per gli scrittori di graffiti dei ghetti di New York. E come e' successo per quest'ultimi, la "qualita' artistica" di certe firme potrebbe crearvi intorno un interesse di mercato che ne stravolgerebbe il senso.

GLI A.R.E. (Anonymous Routing Event)

Sia le tags sui muri che quelle digitali (ma anche la mail art, le fanzine, gli happening ed altro) rientrano in quel tipo di eventi che definisco A.R.E.. Tradotto in italiano significa "Evento di Intradamento Anonimo" (il routing e' lo scambio automatico dei messaggi nelle reti telematiche) e vuole indicare ogni forma di comunicazione che permette al messaggio di contaminare e lasciarsi contaminare senza porre l'attenzione sul mittente del messaggio, quanto sull'evento di scambio e trasformazione anonima che tale messaggio subisce durante il suo percorso.

ANONIMITA' COME FORMA DI DEMERCIFICAZIONE

L'assenza del nome nella comunicazione non va intesa con l'assenza di norme sociali (l'anomia) (8). Semmai puo' essere sintomo dell'assenza di norme sociali imposte dall'alto. Le regole devono emergere e affermarsi all'interno dei rapporti sociali e possono avere un senso esclusivamente nell'ambito da cui sono emerse.

Una delle importanti caratteristiche della comunicazione anonima e' sicuramente quella di voler evadere le logiche del mercato imposte dalla comunicazione. Si deve dunque "comprendere se la cosiddetta 'dematerializzazione' non sia piuttosto un processo di demercificazione, ovvero se la preconizzata rarefazione dei rapporti con la realta' fisica non consista invece in un allentamento dei rapporti con il sistema di mercato" (9).

DENARO ELETTRONICO E PROTEZIONE DELLA PRIVACY

Un altro esempio dell'importanza del proteggere la privacy, e dunque l'anonimato nella comunicazione, e' evidente in cio' che sara' il denaro elettronico nelle societa' future. Se alla

cifra pagata in ogni scambio di natura economica fosse correlato un nome ben preciso, si correrebbe il rischio di avere una forma di controllo possibile sulla vita quotidiana di ogni individuo. Così come il denaro corrente è anonimo e nessuno lascia il proprio nome sulle banconote che consegna al momento di un acquisto in un negozio, allo stesso modo gli acquisti nel cyberspace devono essere protetti da una forma di anonimato che tuteli il diritto alla privacy di ogni persona. La possibilità di individuare i gusti di un individuo mediante l'analisi dei suoi acquisti potrebbe essere facilmente sfruttata per reinterpretare l'"utilità" sociale di ognuno di noi da parte di chiunque si trovi in una condizione di potere rispetto ad altri. (10)

LA FISICITA' DL LINGUAGGIO NEL CYBERSPACE

Nel cyberspace la stessa definizione di "anonimo" rischia di esaurirsi in una questione linguistica. Ciò che manca è di fatto solamente il "nome burocratico", ma per il resto siamo di fronte a un corpo virtuale e a un comportamento di questo corpo che in nessun modo nasconde le caratteristiche comportamentali del corpo reale. L'anonimato nel cyberspace evade semplicemente la parte "burocratica" del linguaggio, mentre mantiene inalterate le qualità e le modalità comunicative che in certi casi sono addirittura potenziate. La possibilità di assumere forme diverse aumenta le potenzialità espressive di ogni individuo.

Una qualità importante del linguaggio nel cyberspace è che i simboli e le metafore utilizzate nella comunicazione non sono espressi mediante forme astratte, ovvero forme che si limitano a "evocare" sensazioni. Tali forme simboliche nel cyberspace dovrebbero diventare indistinguibili dalla stimolazione "reale" di sensazioni nel soggetto ricevente. Il rappresentare un fuoco nel cyberspace non si esaurirebbe nella sua immagine o suono, ma potrebbe produrre la sensazione tattile del calore.

Di fatto il sistema neuronale del soggetto comunicante sarà "connesso" attraverso la rete telematica al sistema neuronale del soggetto ricevente, creando un'unica enorme rete di trasmissione di impulsi. Ogni soggetto sarebbe dunque il singolo neurone del sistema nervoso del mondo. È in previsione di queste mutazioni tecnologiche, e conseguentemente linguistiche, uno dei motivi per cui bisogna interpretare in senso olistico la comunicazione sociale: ciò che conta non è il nome della singola parte, ma il risultato globale che emerge dalla connessione di ogni singola parte con ogni altra. Ciò che conta è il comportamento delle parti e la loro connettibilità, non il loro nome.

È interessante pensare a quella che sarà l'evoluzione delle tags nel cyberspace. La firma non sarà semplicemente un'immagine collegata a un testo, ma potrà avvalersi di più forme mediali che vedranno riunite in un unico insieme la scrittura, l'immagine, il suono, così come le sensazioni tattili e gustative quali il calore, il peso, l'odore, ecc...

La firma sarà un'"esperienza totale". La logica del linguaggio del cyberspace (nell'ipotesi che la scienza realizzi ciò che promette) dovrà essere reinterpretata in un ipotetico futuro in cui il "nome" non sarà una "necessità" astratta che si limita a descrivere "qualcosa" del mondo, ma sarà una proiezione virtuale di quel "qualcosa". Una proiezione virtuale che si avvarrà della capacità di simulare ogni sensazione legata alla fisicità di quel "qualcosa" e forse in certi casi anche di una parte della memoria ad essa collegata.

BIBLIOGRAFIA:

(1) Le informazioni storiche sugli scrittori di graffiti sono state ampiamente saccheggiate dal libro "Graffiti a New York", di A. Nelli, edizioni Lerici, 1978.

Altre informazioni possono essere trovate in "Dai Graffiti all'East Village", di T. Tozzi, tesi presso l'Accademia di Belle Arti di Firenze, 1984

(2) Tratto dallo splendido saggio "kool Killer o l'insurrezione mediante i segni" nel libro "Lo scambio simbolico e la morte" di J. Baudrillard, 1976

(3) Per ulteriori approfondimenti sull'argomento potete dare un'occhiata ai seguenti libri:

- "Virus", di R. Burger, Free Time Editions, Milano, 1988

- "Computer Viruses, Worms, Data Diddlers, Killer Programs and other threats to your system", di J. McAfee e C. Haynes, ST. Martin Press, New York, 1989

- "The Little Black Book of Computer Viruses", di M. Ludwig, American Eagle Publ., Tucson - Arizona, 1990

(4) L'elenco e' stato tratto da "Virus information summary list", di Patricia M. Hoffman, 1991, Santa Clara, CA, USA

(5) testo tratto da un messaggio telematico di UGO riportato nel libro "Conferenze Telematiche Interattive", a cura di Tommaso Tozzi, edito dalla Galleria Paolo Vitolo, Milano, 1992

(6) Per una lista vedi l'articolo "Curiosita': le faccine", presente su Telematicus, vol.1, n.1, e pubblicato anche sulla rivista Metanetwork 2000, n. 1, primavera 1993, Global Publications, Pisa

(7) Per una lista piu' completa leggere il messaggio telematico di Alfredo Persivale a i Cybernauti con soggetto "Acronimi" scritto il giorno 8-01-1994 nell'area messaggi Cyberpunk di Cybernet.

(8) Grazie Vitolo per la puntualizzazione.

(9) Testo tratto da "Feticcio", articolo/messaggio inserito da Fiammetta all'interno dell'area messaggi "Metanetwork Materiali Utenti" di Hacker Art BBS e pubblicato nella rivista su floppy disk "Metanetwork 2000", #2, inverno 1993/94, Global Publications, Pisa.

(10) Per informazioni specifiche consultare l'articolo "La protezione della privacy con il denaro elettronico" di H. Finney, su Extropy, vol.4 n.2, tradotto in italiano e pubblicato nella rivista su floppy disk "Metanetwork 2000", #2, inverno 1993/94, Global Publications, Pisa.