

BRUNO SURACE

**MAGNETI TRASCENDENTALI.  
RIFLESSIONI PER UNA SEMIO-PRAGMATICA  
DELLE CALAMITE DA FRIGO**

**ABSTRACT.** Objective of this paper is that of investigating fridge magnets, significant souvenirs but also relevant existential devices, in an attempt to capture not so much their representational as their evocative appeal, which is held to lie at the base of the success of the objects in question. The essay consults the tools of visual semiotics, highlighting its limits and opening itself up to other possibilities. Fridge magnets become instances of transcendental texts, able to evoke something which oversteps their textuality and therefore requires different philosophical formulae.

**KEYWORDS.** Refrigerator Magnets, Fridge Magnets, Transcendence, Transcendental Text, Semiotics of Magnets.

*I. La semiotica, i magneti (e la zangola)*

Che la semiotica non si sia mai metodicamente occupata di magneti pare, di primo acchito, una lacuna assai modesta. Tuttavia riflettendoci poco più sopra la mancanza assume tutta un'altra dimensione. Senza di essi non si avrebbero, almeno nelle forme con cui li conosciamo, i computer, gli schermi televisivi, le carte di credito, i microfoni, diversi tipi di motori, solo per riferirci a una parte minima degli oggetti che strutturano la realtà novecentesca. Potremmo aggiungere, tanto per far intendere la gravità della questione, che senza magneti e magnetismo non ci sarebbero state le bussole (con buona pace dell'esplorazione del pianeta), ma neppure gli acceleratori di particelle e i *maglev* (treni a levitazione magnetica). Insomma, già un piccolo e

disorganizzato elenco pare abbastanza indicativo di come il magnete e il magnetismo strutturino profondamente l'umanità.

Così ha più senso la perplessità che si prova nel constatare come la semiotica, per statuto votata alla mappatura di tutto ciò che contribuisca a dare *senso* al mondo, abbia sempre trasceso la *questione magnetica*, salvo qualche breve e tangenziale incursione mirata, come quelle che compiono Eco e Zorzoli nella loro *Storia figurata delle invenzioni*<sup>1</sup>. Di contro le lingue sembrano aver invece assorbito le proprietà dei magneti, a partire dalla metafora per la quale "magnetica" sarebbe quella persona il cui aspetto, o le cui capacità oratorie, siano in grado di *attrarre* incontrovertibilmente l'enunciatario<sup>2</sup>: «che leader magnetico!». Il magnetismo è per di più metaforico di un'attrazione fatale, quasi animistica, che sembra sovraccedere ogni capacità oratoria, come attestato dalla prima quartina dell'*Ex voto* di Eugenio Montale: «Accade / che le affinità d'anima non giungano / ai gesti e alle parole ma rimangano / effuse come un magnetismo. È raro / ma accade»<sup>3</sup>.

Testimone perfetto del ruolo che il magnete ha assunto nelle culture è la storiella, in Italia poco nota, del Magnete e della Zangola, così come scritta nell'operetta comica *Patience*, di Arthur Sullivan e W.S.Gilbert.

<sup>1</sup> U. Eco, G.B. ZORZOLI, *Storia figurata delle invenzioni*, Milano, Bompiani, 1961.

<sup>2</sup> Sul magnetismo come capacità attrattiva umana è dedicata ad esempio una parte del Raja Yoga di Swami Kriyananda, opera attribuita al filosofo indiano Patañjali. Cfr. S. KRYANANDA, *Raja Yoga. Il manuale completo di yoga e meditazione*, Gualdo Tadino, Ananda, 2011.

<sup>3</sup> Tale poesia è contenuta nella raccolta di E. MONTALE *Satura*, Milano, Mondadori, 1971.



Fig. 1. – Illustrazione di W.S. Gilbert, autore della stessa canzone tratta da *Songs of Savoyard*, London, G. Routledge and Sons, 1980.

*A Magnet hung in a hardware shop,  
And all around was a loving crop  
Of scissors and needles, nails and knives,  
Offering love for all their lives;  
But for iron the Magnet felt no whim,  
Though he charmed iron, it charmed not him,  
From needles and nails and knives he'd turn,  
For he'd set his love on a Silver Churn!  
His most aesthetic,  
Very magnetic  
Fancy took this turn -  
"If I can wheedle  
A knife or needle,  
Why not a Silver Churn?"*

*And Iron and Steel expressed surprise,  
The needles opened their well-drilled eyes,  
The pen-knives felt "shut up," no doubt,  
The scissors declared themselves "cut out,"  
The kettles they boiled with rage, 'tis said,  
While every nail went off its head,  
And hither and thither began to roam,  
Till a hammer came up - and drove it home,  
While this magnetic  
Peripatetic  
Lover he lived to learn,  
By no endeavour,  
Can Magnet ever  
Attract a Silver Churn!<sup>4</sup>*

<sup>4</sup> Per approfondimenti cfr. G. WREN, *A Most Ingenious Paradox: The Art of*

Tale giocosa canzone, rappresentata per la prima volta al London's Savoy Theatre nel 1881, in occasione del primo utilizzo al mondo di luci elettriche (generate proprio mediante induzione magnetica), riflette la visione comune dei magneti come portatori di una «natural magic»<sup>5</sup>, che non è lontana dalla “carica magnetica” che si usa attribuire a leader carismatici o individui particolarmente seducenti. Non a caso si parla anche, che ci si riferisca a una persona, a un oggetto, a un tema, di “attrattiva”; un’attrattiva non universale, ma mirata, se si pensa alla canzoncina di cui sopra, che vede il povero magnete attrarre un sacco di oggetti a sé, ma non la zangola argentea di cui si è innamorato.

A riprova di siffatta fascinazione verso la forza magnetica vi sono ancora i tipici giochi di costruzioni con i magneti, che tutti da bambini hanno intuitivamente sperimentato, e che ancora da adulti continuiamo ogni tanto a fare: i poli di piccole calamite possono essere usati per giocare a muovere invisibilmente l’un l’altra, o si può lottare nel tentativo di unire poli dello stesso segno, così come molte altre varianti possibili.

Sin dall’antica Grecia peraltro le proprietà degli oggetti magnetici, in primis di minerali con un rilevante contenuto di magnetite ( $\text{Fe}_3\text{O}_4$ ), sono state individuate e in una qualche misura spiegate in termini filosofici. Laerzio testimonia l’interesse di Aristotele e Ippia di Elide nelle calamite, considerate come contenenti un’anima, che è la «forza motrice [...] che [...] attrae il ferro»<sup>6</sup>; Platone prima tratta il magnete come paragone per l’ispirazione poetica, che ha la forma di una catena ove ogni anello è attratto in qualche modo dal precedente e attrae il successivo, e nel *Timeo* prova a inserire il magnetismo in una teoria fisica. Similmente Empedocle e gli atomisti imputano la capacità attrattiva del magnete a effluvi emanati dagli oggetti stessi (non discostandosi poi troppo dalla spiegazione moderna del funzionamento del magnetismo). In epoca moderna poi le speculazioni sui magneti continuano, come nel *De magnete*,

*Gilbert and Sullivan*, New York, Oxford University Press, 2006.

<sup>5</sup> J. LIVINGSTON, *Driving Force: The Natural Magic of Magnets*, Cambridge (MASS.) and London, Harvard Univ. Pr., 1996, p. 22.

<sup>6</sup> A2 405a 20-22.

*magneticisque corporibus et de magno magnete tellure* (1600), di William Gilbert, sulla cui “filosofia magnetica” ebbe a interrogarsi anche Galileo Galilei, altrettanto interessato ai moti degli aghi calamitati, nel *Dialogo sopra i due massimi sistemi del mondo* (1632).

## II. La calamita da frigo come testo

A partire dunque dalle premesse mosse risulta affascinante riflettere sui magneti in quanto *testi*, contenitori cioè di una serie di valori e capaci di veicolare del senso. Lo specifico di questo saggio sono le calamite cosiddette “da frigo”, circoscrizione assai stimolante. Queste sono oggi un *must* del mercato “souveniristico”, e per motivi che non sono mai stati indagati a fondo finiscono per tappezzare i frigoriferi delle case. Per quanto le si possa definire *kitsch*<sup>7</sup>, cioè di “cattivo gusto” o votate a una presunzione artistica che si traduce in banalità, le calamite da frigo sono ormai oggetti tipici, che si trovano in tutti i negozi di souvenir del mondo, e che si usa vedere frequentemente nelle case di amici e conoscenti. Dal punto di vista oggettuale in effetti si presentano come suppellettili semplici: si tratta di articoli metallici, le cui *affordances*<sup>8</sup> sono solitamente di due tipi, riferite cioè all’attrazione naturale del magnete (ecco dunque spiegato, almeno parzialmente, il motivo per cui tali calamite sono “da frigo”, così come da cappa metallica o simili, essendo in sostanza questi fra i pochi oggetti in una casa comune che presentano una superficie ferrosa o metallica), e al fatto di dover essere fruite tramite visione. È proprio sulla natura della visione che ha il compito di concentrarsi una semiotica della calamita da frigo, giacché dietro l’inclinazione rappresentazionale dell’oggetto si cela senz’altro il suo pervasivo successo.

La calamita da frigo si pone infatti l’ambizioso compito di

<sup>7</sup> Cfr. U. Eco, *La struttura del cattivo gusto*, in *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani, 1964, e G. DORFLES, *Il kitsch. Antologia del cattivo gusto*, Milano, Mazzotta, 1976.

<sup>8</sup> Cfr. J.J. GIBSON, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Boston, Houghton Mifflin, 1979, e D. NORMAN, *The Psychology of Everyday Things*, New York, Basic Books, 1988.

costringere in uno spazio assai ristretto (una superficie usualmente bidimensionale di pochi centimetri per lato) la rappresentazione più immediatamente significativa, in termini di efficacia simbolica, di un posto, sia esso una città, una località più o meno turistica (ne esistono di Rimini, del lago di Ginevra, ma pure di Ulan Bator e Manila), una nazione, alle volte un intero continente (sagomate a forma d’Africa, ad esempio). A queste si aggiungono poi calamite, tendenzialmente più rare, recanti rappresentazioni tridimensionali di varia natura; ugualmente assoggettate alla logica delle precedenti il loro scopo è praticare una *concrezione topica* di un luogo, sfruttando simbologie che per il senso comune gli sono già innestate da enciclopedie precedenti, socialmente cementificate, come il magnete a forma di orologio a cucù a significare una sorta di *svizzerità* o *svizzeritudine* senza tempo. In questo senso le calamite da frigo sono il prototipo perfetto dei testi come «macchine pigre»<sup>9</sup>, costruiti parassitando set ampiamente sedimentati di credenze, poggiati su euristiche quasi sempre faciloni, e spesso piuttosto raffazzonate (è un’esperienza assolutamente normale per il turista che girovaghi per Pisa imbattersi in calamite rappresentati Pinocchio, quando Collodi, pur toscano, fu notoriamente fiorentino). Per completezza va segnalato che è una tendenza più recente quella di associare la natura preminentemente figurativa delle calamite da frigo a forme di valorizzazione pratica, come testimoniato da magneti che sono anche cavatappi, mollette, porta post-it e via discorrendo, al cui valore di base è associato un valore d’uso<sup>10</sup>. Infine, degna di menzione è anche la moda parallela delle calamite da frigo a sfondo non turistico, come quelle in serie che raffigurano prodotti commerciali in miniatura o quelle a tema animalesco, che vedono spopolare ad esempio di questi tempi numerosi varianti del gufo e della civetta. Non è facile stabilire se la voga turistica abbia innescato quella non-turistica o viceversa.

In prima istanza ci si potrebbe dunque approcciare a tali testi scandagliandone le componenti plastiche. Dal punto di vista cromatico le principali varianti di riferimento sono due: colori

<sup>9</sup> Cfr. U. Eco, *Lector in fabula*, Milano, Bompiani, 1979, p. 24.

<sup>10</sup> Cfr. J.M. FLOCH, *Sémiotique, marketing et communication. Sous le signes, les strategies*, Paris, P.U.F., 1990.

molto accesi da un lato (quello maggioritario), ben marcati e solitamente tesi a ricalcare i colori della bandiera, i colori nazionali di riferimento, le cromature tipiche di un determinato luogo dal punto di vista culturale, o in scala di grigi nelle più rare calamite monocromatiche; è raro imbattersi in calamite dai colori sfumati (salvo quelle in gesso che presentano soggetti pre-stampati in sfumature pastello). Dal punto di vista eidetico le forme similmente risultano piuttosto semplici, a marcare con nettezza i confini dei *tòpoi* rappresentati. Entrambe le componenti, in ogni caso, sono di difficile tassonomia, data la produzione sempre più massiva ed eterogenea di questi magneti (oltre che di difficile genealogia: dove vengono assemblati?). Più di tutti quello invece degno di menzione è il frangente topologico, giacché la ristrettezza della superficie rappresentazionale richiede una disposizione necessariamente forzata, ove più elementi solitamente sono affiancati senza una logica narrativa preminente, ma piuttosto giocano su una sorta di suggerimento gestaltico.



Fig. 2. – Una collezione privata di calamite da frigo.

### III. *Il testo, le miniature, e la Gestalt*

La particolare configurazione topologica delle calamite da frigo induce ad almeno due considerazioni epistemologiche, che possono in qualche misura contribuire a una riflessione

aggiornata sulla semiotica del testo iconico e oggettuale. In primis pare che la calamita da frigo dimostri come la semiotica degli oggetti debba abbracciare programmaticamente l'idea che l'oggetto è innanzitutto un testo visivo, la cui visività interviene come stadio basilare di relazione fra l'oggetto e il percetto, prima che ad esso si associno delle aptiche. Le qualità visive dell'oggetto sono già considerate come elementi utili alla sua analisi semiotica<sup>11</sup>, eppure pare che in generale si tenda a sottometterle alle sue componenti funzionali, a meno di rifarsi a una prospettiva di design; di contro l'idea che si porta avanti è che tutte le semiotiche debbano forse riformularsi come derivate da una semiotica visiva. In secondo luogo, e conseguentemente, il paradigma di lettura del testo visivo a partire dalle componenti plastiche e figurative dovrebbe essere sistematicamente votato a una teleologia olistico-gestaltica. Siffatto finalismo ermeneutico è di per sé già *in nuce* nella teoria greimasiana, che definisce categorie come quelle di "densità figurativa", o rapporti fra formanti plastici e simbolismo/semi-simbolismo. Tuttavia la dimensione armonica di fondo del testo visivo è spesso annichilita da un atteggiamento decostruttivo che non trova controparte in una ricomposizione che tenga conto della Gestalt. Lo dice lo stesso Greimas, parlando proprio degli oggetti plastici:

La posizione assai ragionevole del semiologo è consistita nel confessare in partenza la sua ignoranza riguardo i modi di significazione di questi oggetti – riconoscendone tutt'al più gli 'effetti' di senso che ne scaturiscono e che si è cercato di intuire, di interpretare – e nel cercare di formularne le regolarità<sup>12</sup>

In altre parole: il problema dell'analizzare le immagini secondo una logica componenziale è che questa comporta lo scarto della relazione del tutt'uno, e che sull'entità di tale scarto non pare esistere ancora uno strumentario di riferimento condiviso. La formula classica della Gestalt prevede che il tutto sia *qualcosa in*

<sup>11</sup> Cfr. M. DENI, *Oggetti in azione. Semiotica degli oggetti: dalla teoria all'analisi*, Milano, Franco Angeli, 2002.

<sup>12</sup> A.J. GREIMAS, *Sémiotique figurative et sémiotique plastique*, «Actes Semiotiques – Documents», VI, 60, 1984; trad. it. *Semiotica figurativa e semiotica plastica*, in *Leggere l'opera d'arte. Dal figurativo all'astratto*, a c. di L. Corrain e M. Valenti, Bologna, Esculapio, 1991, p. 47.



*più* delle sue parti. Su quel *qualcosa in più* la semiotica del testo dovrebbe iniziare a concentrarsi, declinandosi in quella che si potrebbe definire una semiotica della trascendenza del testo a partire dalla figuratività. Se su una logica trascendentale si è ampiamente dibattuto, su una semiotica trascendentale i testi di riferimento sono pochi<sup>13</sup>. La logica trascendentale:

Non considera né gli oggetti dell'esperienza, a prescindere dalle forme di linguaggio in cui ne parliamo, né il linguaggio stesso, nelle sue strutture formali, a prescindere dagli oggetti di cui parla, e nemmeno, a rigore, il rapporto tra gli oggetti dell'esperienza e le forme di linguaggio, colto nella sua realtà effettiva, ma piuttosto la possibilità degli uni e delle altre nel loro rapporto, che è parte, a sua volta, di un contesto più ampio di rapporti *a priori*<sup>14</sup>.

Ciò che qui cerchiamo di fare è di individuare la trascendenza, a scopo esemplificativo, nelle – o *delle* – calamite da frigo. Certo la scelta potrebbe ricadere su testi universalmente riconosciuti come *altri* rispetto al loro contenuto rappresentazionale, dall'opera di Kokoschka ai film di Buñuel, e in effetti l'approccio che si sta provando a ipotizzare dovrebbe essere in grado di affrontare anche questi; eppure c'è in prima istanza una trascendenza quotidiana di fondo, qualcosa di sfuggevole che è ben catturato dalle calamite da frigo, il cui impatto con la vista di chi le osserva *suggerisce* – cioè, compie un atto che è forse a priori rispetto alla significazione – un sapore indicibile, una nostalgia per luoghi che non si è magari nemmeno mai visti.

<sup>13</sup> Senz'altro va menzionata la coppia di volumi di F. MARSIANI, *Ricerche semiotiche*, I. *Il tema trascendentale*, e II. *Ricerche semiotiche. In fondo al semiotico*, Bologna, Esculapio, 2012, in cui l'autore discute approfonditamente il paradigma della semiotica generativa annettendolo alla fenomenologia di Merleau-Ponty, all'archeologia dei saperi foucaultiana, alla logica del senso di Deleuze, passando per Husserl, Bühler, Benveniste e molti altri.

<sup>14</sup> L. AMOROSO, *Senso e consenso: uno studio kantiano*, Napoli, Guida Editori, 1984, p. 32 s.

#### IV. *L'enigmatico alce e gli omini di Sauze d'Oulx*

Così la calamita da frigo si pone due compiti, che pur in rapporto di diametrale opposizione – il primo prosaico, l'altro poetico – risultano intimamente interrelati: vuole vendersi, e vuole ammaliare il lettore a partire da una determinata presa estetica. Sono proprio i due cardini su cui fa leva ogni meccanismo pubblicitario. Ogni prodotto per essere venduto è *trascendentalizzato* a partire da forme di testualizzazione, come spiega Slavoj Žižek nel documentario *Guida perversa all'ideologia* (2012, regia di Sophie Fiennes), quando disserta sul plusvalore simbolico delle bottigliette di Coca Cola o degli Ovetto Kinder<sup>15</sup>. Di contro le calamite da frigo sono imbevute di un plusvalore ancora più misterioso, giacché non rientrano in circuiti commerciali coadiuvati da sistemi pubblicitari. La loro trascendenza è sita nella capacità intrinseca di un'evocazione che eccede le frontiere del codice, sia esso iconico o letterario. Cercherò di spiegarmi meglio con due esempi personali, ma affrontati con il rigore che richiede la questione. Il primo è quello di una calamita di Sauze d'Oulx, affissa sul mio frigorifero. L'ho guardata e riguardata ma non riesco a rimembrare chi me l'abbia regalata, e a quale situazione debba *suturarla*. Così, a meno di qualche fortunato ritorno mnemonico, la calamita ha terminato il suo compito mnemonico, se mai ne ha avuto uno: che questi oggettini possano realmente attivare un circuito di ricordi riferito a esperienze di chi le ha acquistate sembra una tesi incompleta, e francamente un po' posticcia. Tanto più che la calamita non l'ho comprata io, ma mi è stata regalata, per cui allora sarebbe una sorta di trasferimento memoriale mediante la mediazione dell'oggettino. Eppure, osservando questa calamita qualcosa si accende, e non è chiaro se siano meccanismi semiotici o extrasemiotici, o se la mia mente non trovi strumenti semiotici per decodificarli. Il magnete è così strutturato: a forma di cuore, contornato dall'imitazione di una superficie lignea, al suo interno si scorge un cielo azzurro e un panorama di montagne innevate; sull'avampiano una baita innevata, alcuni pini improbabilmente incolonnati alle sue spalle,

<sup>15</sup> È possibile trovare le teorizzazioni dell'autore a cui ci si riferisce anche in S. Žižek, *The Sublime Object of Ideology*, London-New York, Verso, 1989.

e due soggetti su una slitta trainata da un cavallo, posti sulla neve anch'essi. In fondo un drappo reca la scritta Sauze d'Oulx, amena località montana nel piemontese. La rappresentazione è insomma al grado zero, non presenta particolari guizzi artistici, né immagino si riferisca ad ambienti reali. La sua realizzazione poi è quantomeno frettolosa: le campiture dei colori sono tratteggiate alla bell'e meglio, l'azzurro del cielo trasborda sulle cime di alcune montagne, i contorni dei pochi soggetti raffigurati sono imprecisi e in generale regna l'incuria. Se non fosse un prodotto fatto in fabbrica, come si dice "con lo stampino", potrebbe essere scambiato per una miniatura in stile macchiaiolo. Ora, com'è possibile che un così banale e trascurato *ensemble* possa *suggerirmi qualcosa*, solleticando l'esperienza e la nostalgia di un vissuto che io effettivamente non ho mai vissuto, è il centro della questione. Il secondo esempio è sempre riferito a uno dei magneti collocati sul mio frigorifero: si tratta questa volta di una calamita interamente metallica, la cui forma riprende il profilo di un alce, in marroncino, e su cui campeggia modesta, in un *font* "neutro", non troppo dissimile dal Times New Roman, la scritta "Canada". Di tutte quelle che possiedo è forse la mia preferita, per motivi che hanno a che fare con la sua compattezza (non dà segni di fragilità, ed è piacevole giochicciarci tenendola fra le mani) e per motivi che hanno a buon ragione il titolo di entrare nell'orizzonte della trascendentalità, e che ora andiamo a vedere.

Di entrambi i testi descritti va rilevato come non spicchi in essi una particolare perizia miniaturistica. Non sono cioè da essere analizzati come i capolavori miniati della storia dell'arte, la cui prima fonte di piacere estetico è il riflesso della sfida dell'artista, capace di rendere con perizia fiamminga dettagli minuziosi in superfici rappresentazionali assai esigue. Di contro i testi in questione paiono programmaticamente votati all'incuria, e riferiti a situazioni che non appaiono mai puntualmente collocate in spazi-tempi definiti, ma piuttosto sfumate. Tale incuria produttiva è tuttavia alla base della trascendentalità di tali testi, ove sembra operare perlopiù un meccanismo sottrattivo, basato cioè proprio su ciò che dei soggetti rappresentati non è chiaro, o, meglio, non è. Come accade per altre forme

testuali, come i film, la sottrazione è alla base del rapporto cooperativo con il testo<sup>16</sup>, dal momento che richiede al lettore operazioni più o meno “brutali” di inferenza. Così, concentrandosi su un particolare, i volti dei soggetti sulla slitta nel magnete di Sauze d’Oulx, inesistenti se non per via di un paio di tenui macchie rosa, acquistano del significato proprio in virtù della mancanza di tratti somatici, di occhi, naso e bocca, che contribuirebbero a tracciarne un’identità più definita. Il lettore non può che approcciarsi a tale mancanza, così come alla stilizzazione in genere, colmandone le lacune in misura introiettiva. Nondimeno tale misura è solo in parte suggerita dalla struttura del testo. Il restante lavoro ermeneutico è compiuto sulla base di riferimenti incrociati a un tessuto culturale condiviso, per dirla come Eco a un’*enciclopedia*, e a una congerie di trascorsi personali che richiamano in causa la nozione di soggettività. Ancora più misterioso è il discorso relativo alla calamita canadese. Questa fu acquistata durante un viaggio a Toronto, ove certo non è facile imbattersi in un alce. Al di là di questa considerazione, che è stata già argomentata in precedenza (il magnete parassita senza troppe filologie, usa con sfacciata comodità simboli senza accertarsi della loro appro-priatezza), ciò che fa riflettere è che su di esso non è presente un alce intento, ad esempio, ad abbeverarsi in un laghetto fra le pinete illibate di un “Canada” romanzato. C’è solo il profilo monocromatico di un alce. Un’analisi plastico-figurativa non può che rispondere dunque che la rappresentazione è, in via referenziale e piuttosto tautologicamente, quella di un alce. Similmente lavorare sul testo a partire dalla grammatica narrativa non può che condurre alla considerazione che quello, anche nei livelli più profondi, è un alce, o che forse è il Canada racchiuso dentro un alce che è imbibito di una carica valoriale pregressa. Interverrebbe così una semiotica della cultura la quale aggiungerebbe all’analisi una serie eccezionale di rimandi a eventi, altri testi, situazioni, e così via, utili a spiegare almeno in parte il motivo per cui quello per me non è solo un alce, ad esempio rendendomi edotto sulla simbologia precedente legata a questo animale, che volente o

<sup>16</sup> Cfr. P. SCHRADER, *Transcendental Style in Film. Ozu, Bresson, Dreyer*, New York, Da Capo, 1972.

molente potrei aver interiorizzato durante la mia esperienza di vita. Io però, senza per questo considerarmi un visionario, ci vedo molte più cose, non solo il Canada. Ci vedo, o *ci sento*, delle “atmosfere”. Queste cose, è evidente, trascendono il testo: «Transcendence [...] represents pure signification *without* narrativization»<sup>17</sup>.

#### V. Oltre la semiotica?

Il problema dunque della trascendentalità del testo si configura come gigantesco, e non è scopo di questa dissertazione né considerarsi la prima ad averlo aperto, né proporre un contributo necessariamente rivoluzionario nel merito. Piuttosto si mira qui a illuminare la questione nella convinzione che il dibattito su tale tema sia fondamentale, che questa visione possa accordarsi armonicamente – anche se appare paradossale – con il principio di immanenza del testo, e che la semiotica abbia ancora molto da lavorarvi. Le suggestioni emanate dal testo, sia esso una calamita da frigo o l'affresco michelangiolesco della Cappella Sistina, si configurano quindi come effluvi che chiamano in causa una serie di territori da sempre spinosi per la disciplina. Nella fattispecie alcuni dei problemi che sorgono riguardano la possibilità o meno di una semiotica della/e soggettività<sup>18</sup>, la sensatezza di una semiotica dell'esperienza<sup>19</sup>, la necessità impellente di un approccio semio-pragmatico<sup>20</sup>, l'integrazione programmatica

<sup>17</sup> E. TARASTI, *Sein und Schein: Exploration in Existential Semiotics*, Berlin-Boston, Walter de Gruyter, 2015, p. 17.

<sup>18</sup> Cfr. *Semiotica delle soggettività*, a c. di M. Leone e I. Pezzini, Roma, Aracne, 2013. Tale rimando si riferisce agli atti di un convegno tenutosi a Torino nel 2012, proprio incentrato sui problemi relativi a una semiotica della (o delle) soggettività, sulla cui possibilità di esistenza la comunità semiotica non pare avere un'idea unanime.

<sup>19</sup> Cfr. *Narrazione ed esperienza: intorno a una semiotica della vita quotidiana*, a c. di G. Marrone, N. Dusi e G. Lo Feudo, Roma, Meltemi, 2007.

<sup>20</sup> Cfr. R. EUGENI, *Film, sapere, società. Per un'analisi sociosemiotica del testo cinematografico*, Milano, Vita e pensiero, 1999; ID., *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*, Roma, Carocci, 2010; R. ODIN, *Gli spazi della comunicazione. Introduzione alla semio-pragmatica*, Brescia, Editore Morcelliana, 2013.

della semiotica delle passioni e dell'estesia dell'*imperfezione* nell'analisi del testo<sup>21</sup>, il recupero di una semiotica dell'io e dell'esorbitante<sup>22</sup>, il rapporto della semiotica con i territori universalmente riconosciuti come del trascendentale, quali religioni, misticismi, e così via<sup>23</sup>, la possibilità o meno della disciplina di interfacciarsi con il "presemiotico" in quanto investimento fisiologico pre-interpretativo che pure – dimostrata l'esistenza – potrebbe *dare* senso, e la legittimità stessa dell'assioma saussuriano del segno come costruito a due facce, significante e significato, obbligatoriamente inestricabili<sup>24</sup>. Su questi ultimi due punti si va concludere la trattazione, considerandoli come seminali e utili a mettere un po' d'ordine nella fitta farragine di problematiche alluse, e intesi come inseriti, in rapporto di complementarità, nella nuova frontiera che Eero Tarasti chiama della *Existential Semiotics*:

Transcendence is not a concept that we are used to encountering in the semiotic context. [...] In the existential semiotics, the life of signs is situated in their movement and traffic between transcendence and *Dasein*. [...] Hence when the boundaries of the *Dasein* become blurry or vanish altogether, then the real semiosis starts, without narrativity. [...] Signs have a certain imperishable part. [...] Signs also have a perishable, temporal, spatial, and actorial part. From the viewpoint of a subject, this involves the manifestation of content in the physical appearance of the sign vehicle. Essential here is thus the concept of boundary: in order to

<sup>21</sup> Cfr. E. LANDOWSKI, *Passions sans nom. Essais de socio-sémiotique III*, Paris, P.U.F., 2003; e A.J. GREIMAS, *De l'imperfection*, Périgueux, P. Fanlac, 1987.

<sup>22</sup> Cfr. A. PONZIO, *Fuori luogo. L'esorbitante nella riproduzione dell'identico*, Roma, Meltemi, 2007.

<sup>23</sup> Cfr. nell'ambito prettamente religioso ad esempio M. LEONE, *Semiotica dello slancio mistico*, «Lexia», 15-16, 2014, pp. 220-282. Nell'ambito tuttavia dell'estasi legata a testi non religiosi, come lo sono tendenzialmente le calamite, un approccio in G. MARINO, *L'estasi dell'influenza: John Zorn e la transtestualità come paradigma*, «Estetica. Studi e ricerche», IV, 2014, 1, pp. 141-160.

<sup>24</sup> È evidente dunque come la questione abbracci una vastità di questioni semiotiche interrogando l'epistemologia generale della questione, e mirando non a ribaltarla ma piuttosto a consolidarla alla luce di un collante teoretico che non si vuole polemico, bensì dialettico.

become a sign, a transcendental idea must transgress a limit<sup>25</sup>.

L'idea è dunque quella di un segno, ergo di un testo, del quale si debbano prendere in esame i confini trasgrediti. Scrive Volli che «il simbolo va letto come un segno che rimanda ad altro non per convenzione ma per una sorta di necessità interna, di omogeneità fra espressione e contenuto. Esso rimanda a qualcos'altro di cui è parte, cui appartiene, con cui è contiguo quasi fisicamente, che gli manca»<sup>26</sup>. La trasgressione segnica chiama dunque in causa, come si accennava, in prima istanza il problema dell'esistenza o meno del presemiotico, che coincide con un alone di significato non ancora narrativizzato, formante una polla indistinta che suggerisce qualcosa, ma al di là della cognizione. I termini "suggerimento" o "suggerimento" del testo adoperati in precedenza si riferiscono proprio a tale dominio, che può essere evocato attraverso tropi e altre operazioni retoriche<sup>27</sup>, ma le cui propaggini esulano dai dispositivi segnici responsabili di tale evocazione. Se dunque il trascendentale del testo è il risultato di una sua sovrabbondanza o esorbitanza semiosica, a rigor di logica non si può sostenere che la percezione di tale esorbitanza sia originata nel testo, ma piuttosto *dal*, che è cosa assai diversa. Assieme a ciò anche il ruolo del lettore, fondato sulla cooperazione interpretativa<sup>28</sup>, va esteso. Il coinvolgimento emotivo che alcuni chiamano *sublime*, derivante dal rapporto fra il lettore e un determinato testo, come quello che provo io di fronte alla calamita con l'alce, non è il risultato di un'operazione di esclusiva lettura del testo, ma anche di un'*esposizione* a questo, di un *investimento*. Una sorta di apofenia pre-ermeneutica. In tale situazione si può sostenere il rintracciamento di un'istanza semiosica ma presemiotica, cioè al di là dell'operare cognitivo sul quale usualmente la semiotica si interroga. Il trascendentale del testo è l'effetto del trasgredire di

<sup>25</sup> TARASTI, *Sein und Schein*, cit. pp. 16-17.

<sup>26</sup> U. VOLLI, *Il simbolo: plusvalore semiotico*, in *Sul simbolo. Confronti e riflessioni all'inizio del millennio*, a c. di M. Melotti e M. Pistoletto, Roma, Luca Sasselà Editore, 2004, pp 73-87.

<sup>27</sup> Cfr. F. RASTIER, *Arti e scienze del testo. Per una semiotica delle culture*, Roma, Meltemi, 2003.

<sup>28</sup> Cfr. Eco, *Lector in fabula*, cit.

quest'ultimo la sua segnicità, e l'aggancio con il presemiotico ricorre nel momento in cui, ad esempio, di primo impatto nei confronti di un testo si prova una sensazione sgradevole o di contro piacevole, senza essere in grado di definirla. È *il percepito non ancora concetto*. L'incapacità di definire uno stato propriocettivo invero non è da imputarsi a una mancanza del soggetto, ma piuttosto a una mancanza linguistica.

La cultura, in risposta a tale fenomeno costante nella vita quotidiana, agisce come topa elaborando strutture segniche utili ad arginare il presemiotico in favore di una sua semiotizzazione. Ecco spiegata l'esistenza del termine "sublime", così come degli stessi termini "trascendente" e "trascendentale", che servono proprio a ricondurre nell'alveo della semiotica modalità della percezione che le sono per statuto sfuggevoli. Nondimeno tali termini, che pure ci sono utili per comprendere noi stessi e per formulare analisi, non costituiscono che veli, fornendo maschere lessematiche senza dire granché sull'assetto semantico della questione. La trascendenza di cui abbiamo sin qui parlato è comunque scaturita dal testo e dal suo fuoriuscire da se stesso in collaborazione con gli apparati cognitivi del lettore. È una trascendenza ancorata all'immanenza, con la quale formula un'opposizione che è spazio dialettico e, in ultimo, di negoziazione del senso<sup>29</sup>. Che il fatto che la cronaca nera ad esempio, giocando sull'istinto a esporsi alla violenza altrui, costituisca un orizzonte trascendentale nella misura in cui i suoi testi hanno qualcosa di presemiotico è vero, ma dire ciò non ci aiuta a capire come funzionino tali trascendenza e presemioticità. Un modo per scandagliare la questione potrebbe essere quello di scuotere le basi sulla quale la semiotica si è assestata, con un atteggiamento rispettosamente eretico. Ad esempio si potrebbe discutere lo statuto duale del segno saussuriano rimettendone in discussione la legittimità: e se per caso esistessero significanti senza significati, come sembrano dimostrare i casi dei cosiddetti "alfabeti asemici"<sup>30</sup>, o significati che pazientemente attendono

<sup>29</sup> Cfr. B. SURACE, *Semiosiche dal Versus. Il caso dei crossover filmici*, «VS - Quaderni di studi semiotici», 126, 2018, pp. 68-86.

<sup>30</sup> Cfr. J. PONZO, M. THIBAUT, V. IDONE CASSONE, *Ancient and Artificial Languages in Today's Culture*, Roma, Aracne, 2019; P. SCHWENGER, *Asemic*.



una messa in significato (le famose parole che non trovo per dirti quel che provo)? Per quanto pretenziosa possa apparire la domanda, questa traduce proprio la questione finora mossa. Il trascendentale si manifesta in un significato senza significante<sup>31</sup>, e ciò conduce a pensare che: 1. o da qualche parte c'è un significante spaiato, che aspetta di essere abbinato al suo significato, 2. o i nostri apparati cognitivi non sono in linea con quelli emotivi, e il significato spaiato è il frutto di tale discrasia. Il punto 1, per quanto provocatoriamente antropomorfizzato e romanzato, ci dice esattamente cosa facciamo quando mettiamo in lingua il trascendentale: lo pieghiamo al bisogno di significare la realtà entro regimi segnici che ci consentano di controllarla, anche se illusoriamente. Il punto 2 invece ci dice che la «tentazione di un tendenziale pansemioticismo» sia, se non pericolosa (come sostiene Ponzio)<sup>32</sup>, quanto meno fuorviante. In altre parole talune impostazioni semiotiche, come quella di Cirese<sup>33</sup> per cui i processi culturali sono universalmente distinguibili in atti di fabrilità, votati alla sopravvivenza (ma comunque semiotici), e atti di segnicità, cioè votati alla immaterialità (semiotici, forse un po' più degli altri), sembrano sostenere che tutto sia linguistico, al contrario non è così, anche se tutto è semiosico. Se si sovrappone la semiosica alla linguistica quindi si trovano delle zone coincidenti, e delle zone sbordate. Le zone sbordate sono il trascendentale, che tutti esperiamo, ma che non è linguistico. Quando ci sforziamo di spiegarlo, o di capirlo fra noi e noi, lo pieghiamo nelle zone sovrapponibili, ma dal vuoto che generiamo si ingenera nuovo trascendentale. Questa costante tensione, si potrebbe ipotizzare, costituisce il motore della comunicazione umana tutta, vessata da una condizione di

*The Art of Writing*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2019.

<sup>31</sup> Esistono anche ipotesi per cui si possa verificare il contrario. Tali ipotesi hanno peraltro nesso con il tema trascendentale. Per un primo confronto con tale tema cfr. B. SURACE, *Compulsive Scribblers. A Semiotic Challenge Based on the Works of Kunizo Matsumoto*, «Punctum», 2, 2016, 1, pp. 47-59.

<sup>32</sup> A. PONZIO, *La semiotica in Italia. Fondamenti teorici*, Bari, Dedalo, 1976, p. 160.

<sup>33</sup> A.M. CIRESE, *Segnicità, fabrilità, procreazione: appunti etnoantropologici*, Roma, C.I.S.U., 1984.

frustrazione.

#### VI. *Fuor dal testo non v'è salvezza?*

Così si conclude il nostro *excursus* nel mondo delle calamite da frigo, oggetti comuni e solitamente di banale fattura, che pure hanno dimostrato come ogni testo, anche il più insospettabile, sprigioni qualcosa che è altro da sé. Di tale emanazione semiotica si è provato a dare spiegazione, interrogando al contempo l'apparato emittente, che ne instilla i prodromi come istanze retoriche, l'apparato ricevente, che decodifica in una crisi di ermeneutica testuale, euristiche culturali, e propensione al trascendentale, e il testo stesso. Le problematiche semiotiche aperte da quest'ultimo e dal suo carattere sfuggivo sono state tese a ipotizzare alcune vie percorribili dalla disciplina stessa. A qualcuno non sarà sfuggito che quanto è stato detto può sembrare una formulazione alternativa dell'idea per cui il testo vada analizzato nel contesto, «l'insieme del testo che precede e/o accompagna l'unità sintagmatica considerata, e da cui dipende la significazione»<sup>34</sup>. Ciò è vero solo in parte, poiché tale accezione del contesto è pensabile come una testualizzazione di istanze circostanziali, una concrezione dell'intorno del testo nel testo stesso. Di contro l'idea di fondo è che non si debba piegare lo spazio dell'interpretazione dentro al testo, ma che piuttosto si debba considerare che l'emanazione trascendentale del testo ne sia legittimamente fuori, e che il movimento interpretativo debba seguire questa naturale corrente verso l'esterno (è in altre parole il movimento di Peirce della semiosi illimitata mediante catena degli interpretanti). Che tale considerazione costituisca solo una massima filosofica, impraticabile, è una valida obiezione, eppure si sono fornite alcune direttrici che possono costituire, almeno in ipotesi (cioè: da verificare), vie di fuga dall'impasse. Considerare l'esistenza del presemiotico come categoria analitica può ad esempio richiedere il dialogo della disciplina con altre che le sono complementari, così come scalpellare l'epistemologia del

<sup>34</sup> A.J. GREIMAS, J. COURTÉS, *Semiotica: dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Bruno Mondadori, 2007, p. 57.

segno a due facce inscindibili può fornire una via alternativa di pensiero. Quest'ultima operazione potrebbe, per esempio, diventare un'istanza sistematica, e così nel tempo il quadro generale potrebbe farsi più chiaro. In realtà pare che lo sia già, almeno intuitivamente, dato che sull'indicibilità di certi concetti si basa la poetica che attorno vi si costruisce da secoli (la morte, l'amore, Dio...). Quanto di Dio – ovvero: del suo concetto – ci sia nei testi che lo riguardano e quanto sia fuori è un bel problema. Escluso l'adempimento a una moda o la foga collezionistica (che pure sono ragioni fondanti, ma di ciò non ha senso discutere qui), per quale motivo comprare le calamite da frigo, così testualmente trite? Non c'è nulla di più triste e deprimente di ibernare la magia di un luogo in un oggetto standardizzato e realizzato nell'incuria, votato all'appiattimento. Così è chiaro che, se i motivi della fama dei magneti da frigo (o di molte altre brutture che popolano le nostre vite) non sono nel testo, è perché forse la salvezza non è né dentro il testo né fuori, ma nel movimento che fra questi due ambienti si articola, in un complesso scambio che prevede la compresenza e la compenetrazione del testo con il mondo, con l'io, con l'identità, con il vissuto, con l'esperienza *del* e *dal* testo. Che bello, dunque, quell'alce.