

Come dire altrimenti? Altrimenti detto, il bricoleur fa del nuovo con del vecchio" giocando sulle rime e i contrasti plastici che gli suggerisce la manifestazione sensibile dei segni che ha raccolto. Il bricolage presuppone dunque un'attenzione al mondo sensibile, ma ad un mondo sensibile già preconstituito dalla storia e dalla cultura.

D'altro canto, l'opera "bricolage", che sfugge dalle mani del bricoleur poiché non corrisponde mai con precisione al suo progetto iniziale, costruisce la sua identità e può rivelargli la cosa come la rivela agli altri.

Come sostiene con chiarezza Cl. Lévi-Strauss, «pur senza mai riuscire ad adeguare il suo progetto, il bricoleur vi mette sempre qualcosa di sé». Soggetto enunciatore il bricoleur si rivelerà anzitutto nell'identificazione che implica di fatto la scelta dei suoi materiali e delle figure che "convoca". L'identità si definirà allora come una relazione con i segni e le figure riconoscibili dagli altri, e secondo la permanenza che questa leggibilità suppone.

Ma il soggetto bricoleur si rivelerà anche nel modo che ha di sfruttare e trasformare i segni secondo una deformazione che gli è propria, e nel suo modo di protestare così contro l'erosione del senso, contro la desemantizzazione, cioè «contro il non-senso». L'identità sarà intesa questa volta come una rottura, come un'innovazione perfino come una liberazione.

Il riconoscere questa natura ambivalente del bricolage come prassi enunciativa autorizza, ci sembra, a collegarne la problematica, nata dall'antropologia culturale e dall'analisi mitologica, a quella dell'identità narrativa, così come è stata definita dal filosofo Paul Ricœur. Concepita come una dialettica, l'identità narrativa articola anch'essa sedimentazione e innovazione permanenza e riconoscimento dei segni da un lato, irruzione e affermazione di una dimensione etica dall'altro (cfr. i saggi dedicati a Waterman e a Chanel).

Chiariamo a questo punto al lettore che rischieremo, in questo volume, un altro accostamento di problematiche La ricerca dell'identità e la prassi enunciativa che il bricolage rappresenta non concernono a priori i soli soggetti individuali; è infatti possibile che dei soggetti collettivi possano anche essere "bricoleurs" nella ricerca di una completa realizzazione e affermazione di se stessi. Di fatto, esistono questi "bricoleurs" collettivi: sono i "gruppi" e gli "ambienti interni" che interessavano l'autore di Ambiente e tecnica. l'antropologo e storico delle tecnologie che fu André Leroi-Gourhan ricordava il loro «sforzo costante di assimilazione degli apporti esterni» e la necessità che essi risentono di «specificarsi più profondamente aumentando i (loro) mezzi d'azione». Due tensioni che non hanno niente di antinomico, anzi. Nel nostro ultimo saggio, dedicato al coltello Opinel, affronteremo la relazione tra la nozione di identità e la problematica del prestito e dell'invenzione secondo A. Leroi-Gourhan. E lasceremo infine il lettore giudicare la pertinenza di questi accostamenti tra problematiche semiotiche, antropologiche e filosofiche dell'identità. Forse, si dovrà allora concluderne che siamo stati un po' (troppo) "bricoleurs". Ci assumiamo questo rischio, persuasi dalla lettura della riflessione di A.-J. Greimas citata all'inizio di questo volume, che esiste un diritto al bricolage - o addirittura una virtù del bricolage - anche nelle ricerche e nei progetti "a vocazione scientifica".

Per concludere, vogliamo precisare che questi studi si inseriscono in un progetto di costituzione di una semiotica estetica a meno che non si tratti di un'estetica semiotica... Un «progetto di vita», come sosteneva A.-J. Greimas; o un progetto «a misura di una vita» come potrebbe dire P. Ricœur. Una simile semiotica, interessata a descrivere i modi di relazione tra il sensibile e l'intelligibile, si

integrerebbe a una semiotica generale e parteciperebbe del suo sviluppo teorico e metodologico. D'altro canto, essa sarebbe portata e interessata a integrare le ricerche e i risultati delle discipline i cui oggetti si sovrappongono al suo e i cui approcci derivano dallo stesso orizzonte epistemologico: alcune estetiche o storie dell'arte, e naturalmente l'antropologia culturale, purché i loro interventi siano conciliabili con l'approccio strutturale che è quello della semiotica.

Il lettore non si meraviglierà dunque di vedere i problemi relativi alle identità visive concepite per bricolage sfociare su problemi di estetica generale come il concetto di stile, il sincretismo dei linguaggi' o le sinestesie, cioè le coerenze tra una manifestazione visiva e le altre manifestazioni sensoriali. Così, il saggio su "l'Eva e il finocchio delle Alpi" di Michel Bras affronterà le relazioni tra il visivo e il gustativo, e il saggio consacrato all'Opinel esaminerà i rapporti tra l'aspetto visivo del coltello e i valori tattili enfatizzati dal suo uso. Altri saggi, specialmente quelli su Chanel e su Habitat, suggeriscono una possibile estensione delle loro problematiche rispettive a manifestazioni più propriamente sinestetiche: l'opera di Chanel è la manifestazione più sensoriale di un'articolazione originale tra un approccio classico e un approccio barocco del mondo sensibile (ci sono profumi barocchi. . .), e l'offerta di Habitat corrisponde, come si vedrà, a un'interpretazione dell'epicureismo, cioè a un certo modo di vivere, di vedere, di toccare, di gustare... Ugualmente avevamo cercato, in altri saggi, di esaminare i rapporti tra la pratica del disegno e i gusti musicali di Roland Barthes, e di scrivere la storia della forma-sonata dalla sua concezione in musica fino alla realizzazione in pittura da parte di Ciurlionis.

Per concludere, faremo due osservazioni. Dalle prime righe di questa introduzione, abbiamo circoscritto chiaramente l'oggetto della nostra riflessione e indicato l'aspetto sia semiotico che estetico della nostra problematica: in questi sei saggi, non tratteremo, lo precisiamo ancora, che di quelle identità visive che sono generate per bricolage. Queste identità sono già abbastanza diverse nel loro manifestarsi e complesse nel loro modo di produzione semiotica perché ci limitiamo ad esse. . . È evidente che un inquadramento così circoscritto dell'identità visiva trascura ben altre problematiche altrettanto interessanti per i semiotici. Un esempio. Abbiamo avuto occasione di lavorare sui logo delle collettività locali e territoriali come sui sistemi di identità visiva di grandi gruppi finanziari o industriali.

Ora, di che cosa "parlano" questi logo e questi sistemi, quando non abusano del linguaggio dell'avventura tecnologica, del crocevia europeo o del felice accordo tra progresso e tradizione? Parlano di comunità di valori, di convergenza, di assimilazione, di diversità, di gerarchia, di rispetto dei particolarismi... di tutto quanto permetterebbe a una regione di essere tutt'altra cosa che una somma di dipartimenti, o di ciò che farà la coerenza e il potere di un nuovo gruppo finanziario. Dunque queste identità visive parlano di soggetti collettivi e dei principi che regolano la loro costituzione.

Così un socio-semiotico, sensibile alla problematica dell'identità avrebbe molto da dire sulle diverse rappresentazioni istituzionali della congiunzione e della disgiunzione o dell'unità e delle molteplicità, così come sulle differenti forme topologiche o cromatiche che assumono i discorsi sull'identità e l'alterità. D'altronde, analizzando le identità di questi soggetti collettivi, il nostro socio-semiotico incontrerebbe certamente nuovi casi di bricolage, semplicemente perché la Storia e le storie, feconde in identità, sono, come il bricolage, questione di connessioni tra elementi sparsi e percorsi di località semiotiche . . .

Infine, questi sei saggi potranno sembrare ad alcuni un approccio molto estetizzante del design,

della moda e, più in generale, della cultura materiale: darebbero cioè troppa importanza alle qualità sensibili di oggetti che non sono altro che prodotti commerciali. Nonostante non abbiamo mai detto di studiare questi oggetti come opere d'arte, non escludiamo che questi sei saggi possano realmente produrre un simile effetto di senso. Ma riteniamo che questo rischio sia il minor prezzo da pagare quando si presta un'attenzione piuttosto ferma alla manifestazione sensibile di ciò che quotidianamente ci circonda. È vero che si produce in quel momento un effetto di "arresto sull'immagine" del film della nostra vita corrente, un effetto di interruzione o di sospensione della realtà o dei compiti che di solito ci sembrano più urgenti o più importanti. L'analisi delle condizioni di produzione di tale effetto è al centro dell'opera che A.-J. Greimas ha dedicato all'estetica. Ma, a conti fatti, riteniamo che tale costo sia trascurabile se si considera il possibile vantaggio finale: l'esigenza rispettata di abbinare pratica descrittiva e riflessione teorica, la costituzione di una semiotica estetica che contribuisca allo sviluppo della teoria semiotica generale, e l'inserimento di quest'ultima in un'antropologia culturale.

Il caso ha voluto che terminassimo queste pagine, e la redazione di quest'opera, il 27 febbraio 1994, giorno del secondo anniversario della morte di A.-J. Greimas. Questo libro vorrebbe onorare la sua memoria e, soprattutto, testimoniare l'ammirazione e l'affetto che avevamo per lui.

Due gemelli così diversi, così simili

L'identità secondo Waterman

Vorremmo riprendere in queste pagine le grandi problematiche che pone la nozione d'identità, e presentare l'approccio semiotico, poiché i sei saggi che seguono ruoteranno intorno a questo argomento. Abbiamo scelto di trattarlo nel modo più semplice e concreto, analizzando un annuncio stampa Waterman, che ci ha subito interessati. Non ci riferiamo al suo fascino e al suo humour evidenti; ci interessano, invece, la sua ricchezza narrativa e di linguaggio.

Si tratta anzitutto di una storia di diversità e di somiglianze tra due fratelli. L'annuncio stampa, nel raccontare le rispettive carriere dei due gemelli, e il ruolo della stilografica Waterman nel riconoscimento dei loro percorsi di vita comune, parla di identità, e in particolare di identità visiva. Si tratterà, infatti, di un'uniforme da collegiale, di un manoscritto, del disegno particolare di una W e, infine, di un logo le cui qualità formali diventano l'espressione simbolo dell'essere gemelli. D'altra parte, il "messaggio" dell'annuncio si offre all'analisi come un vero e proprio sincretismo di linguaggi; mischiando testo, fotografia e logo per dare senso e valore a una stilografica di marca, l'annuncio giustifica perfettamente l'opzione per la semiotica, poiché essa ha per oggetto la descrizione dei percorsi suscettibili di produrre significazione, finché quest'ultima venga finalmente manifestata dai diversi tipi di linguaggi e di segni.

La segmentazione dell'annuncio

Il primo lavoro del semiotico, quando affronta l'analisi di un testo, di una figura o di un qualsiasi altro oggetto di senso - che sia il percorso di un passeggero alla metropolitana o un piccolo utensile, come vedremo con l'Opinel - consiste nel considerare la totalità di questo oggetto di senso e nel procedere alla sua segmentazione in un certo numero di unità, dette di manifestazione. Tali unità presentano il vantaggio di essere duttili; ma soprattutto proseguendo in questa segmentazione, il semiotico è sicuro di non isolare arbitrariamente questo o quel dettaglio e di considerare sempre

ogni parte come parte di un tutto. Infatti, dal momento in cui si è definito il piano della sua manifestazione, oggetto di senso si presenta come una gerarchia. È. Quanto cercheremo di vedere immediatamente.

L'annuncio Waterman che abbiamo scelto (fig. 1) per introdurre alla problematica dell'identità può, in una prima fase, dividersi in due grandi parti ben distinte. La prima corrisponde a tutto ciò che produce l'effetto di senso di una realtà concreta materiale e ben ordinata davanti al ricevente si ha «davanti a sé», si potrebbe dire, una lettera manoscritta e, disposti intorno a questa, una vecchia fotografia e una penna stilografica. La seconda parte corrisponde al testo tipografico dell'annuncio e al blocco della marca. Questa parte non dà l'idea d'una realtà diretta o immediata: agisce piuttosto come una specie di richiamo al fatto che là non c'è che un pezzo di carta: solo una pagina di pubblicità all'interno di una rivista. ...

Testo dell'annuncio prima parte:

«Nel momento in cui tu entravi alla facoltà di Legge, io partivo a salvare le balene azzurre. Quando tu facevi la tua prima arringa, io scendevo il Rio delle Amazzoni.

Poi ci fu il tuo studio internazionale
e la mia missione scientifica.

Per il nostro compleanno tu mi hai offerto
questa Waterman e io mi sono ricordato
di come eravamo simili.»

Si può già notare che queste due parti sono le manifestazioni rispettive di due discorsi diversi: la prima manifesta il discorso di un "io", la seconda il discorso di una marca. In effetti, la fotografia, il testo manoscritto e la stilo derivano dalla stessa istanza enunciativa: la vecchia fotografia riaperta e la Waterman sono state posate simmetricamente rispetto al testo, ed è chi scrive "io" ad aver posato la stilo in basso alla lettera («Per il nostro compleanno tu mi hai regalato questa Waterman. ...»). In altre parole, "io" ha fatto della fotografia e della stilo una parte, non verbale, del discorso che rivolge a suo fratello, Prova ne sia che qui un enunciato può non essere unicamente verbale, ma anche visivo e oggettuale, se così si può dire, Ma testiamos per il momento, alla segmentazione dell'annuncio: non cominciamo immediatamente l'analisi del suo contenuto, E prima ancora di andare nella segmentazione, diamo una prima rappresentazione visiva della combinazione di diverse unità che sono state estratte nell'annuncio,

Proseguiamo ora con la segmentazione, scomponendo i due testi dell'annuncio. E iniziamo, arbitrariamente, da quello che corrisponde al discorso della marca, cioè il testo tipografato in basso e non quello manoscritto. Questo testo (fig. 2) può essere scomposto in tre grandi parti, e ciascuna di esse è focalizzata sulla stilografica:

1. «Una stilografica permette di scrivere. Una Waterman di esprimersi.
2. Le stilografiche Waterman, opere di precisione, risultato di un paziente lavoro di oreficeria e di minuzioso equilibrio, dalle forme eleganti realizzate in metalli preziosi, con pennini in oro 18 carati, da più di un secolo onorano queste particolarità.

3, Stilografica di gran classe, dalle linee fini e nervose, la Gentleman è la penna del buon gusto: è prodotta in diversi colori, in versione portapenna, penna a sfera, matita stilografica e roller». Il primo enunciato stabilisce la differenza tra una Waterman e una semplice, comune stilografica; la distinzione tra scrivere ed esprimersi — che ci ricorda quella di R, Barthes tra scrivente e scrittore — permette di sostenere la filosofia della marca investendo il prodotto Waterman d'un valore di base: precisamente, l'identità, Una stilografica potrebbe possedere solo valori d'uso, basta pensare alle penne a sfera che si buttano.

Il secondo enunciato si riferisce all'insieme delle stilografiche Waterman: esso sviluppa, ritornando su quella "leggera differenza" tra scrivere ed esprimersi, il racconto della costruzione di quell'oggetto che è una stilografica e che è dunque, per Waterman, un oggetto di valore: lavoro di oreficeria, ricerca minuziosa di un equilibrio, ricorso a metalli preziosi...

Il terzo enunciato, infine, corrisponde alla tematizzazione e, quindi, alla figurativizzazione del valore-identità. Ci spieghiamo: l'identità è, qui, definita dal buon gusto; si tratta, in tal caso, d'una tematizzazione dell'identità di natura socio-culturale. L'identità avrebbe potuto essere civile, geografica o per esempio politica. Dopo questa prima precisazione e concretizzazione, l'identità è figurativizzata: prende la figura d'una stilografica particolare — la Gentleman di Waterman. La descrizione fatta del modello e delle sue diverse versioni definisce, allora, la progressiva costituzione del valore significante della Waterman: dal livello astratto del suo investimento da parte di un valore di base — ancora una volta, l'identità — fino al livello figurativo, in cui il problema è di penna, sfera e mina. È possibile rappresentare il passaggio o "l'ascesa" dall'astratto al figurativo, nel modo seguente:

Livello figurativo	La «Gentleman»
Livello tematico	Il buon gusto
Livello astratto	L'identità

Consideriamo ora il testo manoscritto: quella lettera scritta da "io" a suo fratello, nella quale ricorda le rispettive carriere: è una lettera che darà alla stilografica Waterman il suo statuto narrativo, e che farà capire la ragione per cui la penna è stata disposta parallelamente alla fotografia.

Anche qui, in un primo tempo si può dividere la lettera in due grandi parti. La prima va da «Nel momento in cui tu entravi. fino a «...missione scientifica»; la seconda inizia con «Per il nostro compleanno...» e termina a «simili». Questa prima divisione si giustifica in base al criterio della segmentazione attoriale. Infatti, nella prima parte, il problema è sempre quello di un "io" e di un "tu" distinti; non è che nella seconda parte che compare il plurale "noi", e infatti converrebbe parlare piuttosto di un duale che di un plurale:

«Per il nostro anniversario

...come eravamo simili».

Ma la prima parte si divide, a sua volta, in due sotto-parti: le due prime frasi sono all'imperfetto e iniziano con una subordinata temporale («Nel momento in cui...», «Quando...»), mentre la terza frase è al passato remoto e inizia con una coordinata temporale («Poi...»). Inoltre, in questa terza frase, le due persone sono sempre distinte, non più rappresentate da pronomi, ma da aggettivi («tuo» e «mia»).

Possiamo ora rappresentare il dispositivo gerarchico delle unità testuali che costituiscono la lettera manoscritta:

Nel momento in cui...		...simili.
Amazzoni.	poi... ..scientifica.	Per il nostro compleanno.
tu, io	tuo, mia	nostro, noi
Imperfetti	Passato remoto	Passato prossimo
Temporalità	Temporalità	Temporalità
per subordinate	per coordinate	per un sostantivo
(Nel momento in cui, quando)	(Poi)	(compleanno)

L'analisi narrativa della lettera: i destini incrociati

Questa segmentazione generale dell'annuncio e poi la segmentazione del testo manoscritto sono forse apparse noiose e magari anche gratuite. Noi pensiamo diversamente, e cercheremo subito di dimostrarne i vantaggi. Continuiamo dunque ad interessarci della lettera e cominciamo la sua analisi narrativa. Ci fermeremo dunque ora sul piano del contenuto dell'annuncio e non più su quello della sua manifestazione.

Si sarà notato che la lettera termina con il ricordo commosso della somiglianza tra i due gemelli: «...e io mi sono ricordato di come eravamo simili». Ora, una situazione finale di questo tipo contrasta fortemente con la situazione iniziale, nella quale il personaggio chiamato "tu" e quello che dice "io" sono nettamente distinti, Esaminiamo dunque la trasformazione che si è verificata. All'inizio del racconto, i due personaggi ("tu" e "io") devono essere considerati come i soggetti dei due programmi narrativi decisamente opposti.

1. Per prima cosa, perché "tu" entra quando "io" parte. Le due azioni sono movimenti opposti: il primo movimento (entrare) è nell'ordine della congiunzione spaziale, il secondo (partire) nell'ordine della disgiunzione.
2. Poi, perché i luoghi nominati sono investiti di valori anch'essi opposti. La facoltà di Legge fa riferimento alle leggi, ai contratti e alla trasmissione di saperi acquisiti; in breve, la facoltà di Legge rappresenta ciò che si conviene di definire cultura. Le balene blu vivono, invece, in un ambiente naturale, e per molti sono il simbolo della necessaria e difficile protezione di quest'ambiente. Le balene blu e la facoltà di Legge raffigurano, così, rispettivamente, i due termini della categoria assiologica natura vs cultura.
3. Terza opposizione, tra i personaggi: l'ingresso di "tu" nella facoltà di Legge richiama un mondo e situazioni relativi alla conoscenza, mentre è l'azione che interessa "io", il quale

parte per salvare le balene blu.

4. Infine, quarta opposizione: entrare in Facoltà significa aver scelto di formarsi una cultura e, quindi, aver intrapreso un programma di studi, che, alla sua conclusione, darà una certa competenza. "Io" non ha questa pazienza o questa modestia: sembra voler ignorare quella fase della vita che è quella dell'iniziazione. Il suo solo entusiasmo e la sua semplice partecipazione alle campagne ecologiche saranno di grande importanza e cambieranno il corso delle cose...

Tutto si svolge, quindi, come se questa prima frase della lettera manoscritta moltiplicasse le ragioni per differenziare e, anzi, per opporre con decisione i due gemelli.

La seconda frase, a prima vista, sembra essere la continuazione del racconto nella stessa logica d'opposizione. Due unità semantiche diventano ricorrenti, e perciò, due isotopie s'insediano:

- il diritto, con la nozione di arringa, che segue l'ingresso alla facoltà di Legge;
- e l'acqua, come spazio di avventure, con la discesa del Rio delle Amazzoni, che segue al salvataggio delle balene.

E sono gli stessi soggetti ad essere, rispettivamente, interessati dall'una e dall'altra di queste isotopie: è sempre "io", per esempio, che ama l'acqua...e che riceverà più avanti una Waterman. Si scopre soltanto che "tu" è diventato avvocato, e che i due fratelli sono tuttora impegnati nella vita attiva. Ma, se si osserva meglio, si constata una sensibile diminuzione delle differenze tra i due. Infatti, colui che sembrava voler privilegiare la conoscenza è diventato un uomo d'azione, tramite la parola; e, simmetricamente, l'uomo d'azione, il focoso ecologista, è diventato un contemplativo o, per lo meno, un osservatore: non fa che scendere il Rio delle Amazzoni, non trasforma e non conquista nulla. Si osserva, soprattutto, un altro avvicinamento tra i due fratelli, molto più profondo e sul quale dovremo ritornare: succede che "io" non è più il solo a volere o a desiderare di salvare, "tu" è, anch'egli, un difensore...

«Poi vi fu il tuo studio internazionale e la mia missione scientifica». Ormai, i due gemelli sono in dirittura: sia l'uno che l'altro conquistano il riconoscimento sociale, ed entrambi conoscono quello che si considera come il coronamento di una carriera.

Si ha, d'altra parte, l'impressione, con la sostituzione dei pronomi personali con aggettivi possessivi, che sia piuttosto la vita, la logica delle cose, come si dice, a guidare i due fratelli alla stessa tappa di consacrazione professionale. Infine, si constata l'incrocio, prevedibile dopo la seconda frase, delle due dimensioni, nelle quali si collocavano rispettivamente; ed è proprio "io" che, ora, si iscrive nella sfera della conoscenza: è uno scienziato riconosciuto. Bisognava aspettarselo, perché, simmetricamente il mondo ha riconosciuto le conquiste, le azioni del "tu", diventato avvocato. Che "tu" regali allora una stilografica a "io", e che "io" si ricordi grazie a quest'ultima quanto sono simili, non può più stupire. La vita, grande creatrice d'intrighi, s'era incaricata di incrociarne i destini; e la completa realizzazione delle carriere di ciascuno non ha fatto che rendere più palese l'identità del progetto di vita dei due gemelli, le loro direzioni.

Introduciamo qui due termini fondamentali del discorso semiotico, che permettono di apprezzare

maggiormente quest'identità come progetto di vita. Tale identità gemella si può, dapprima, valutare da un punto di vista sintagmatico, cioè in termini di concatenazione orientata. I percorsi delle loro vite hanno subito conosciuto il medesimo ritmo e le attività professionali di ognuno sono state seguite, nello stesso momento, dal riconoscimento corrispondente. Ma questa identità può, anche, essere valutata, in modo complementare in termini di selezione o, con altre parole, da un punto di vista paradigmatico. I due ragazzi, infatti, si sono rivelati uomini decisi: hanno fatto, come si dice, delle "scelte di vita". Entrambi hanno mostrato di amare l'impegno al servizio di una causa, e che condividevano la medesima etica.

La Waterman che "io" ha ricevuto da "tu", e che usa per scrivere a "tu", può essere considerata, da questo momento, come la figura di questa identità narrativa comune; è senz'altro un prodotto la cui eleganza e valore saranno testimoni della condizione sociale che entrambi hanno raggiunto.

Rappresenta l'identificazione con una classe sociale e rimanda a una particolare definizione dell'identità, cioè quella per cui l'identità è «quello da cui si è riconosciuti». Ma, molto al di là di quest'identità sociale, la stilografica Waterman permette di scrivere in modo assolutamente personale: una stilografica non è una tastiera di macchina da scrivere o una tastiera di cervello elettronico: una stilografica serve per firmare, cioè per impegnarsi o per mantenere la parola...

Immaginando, in questo caso, ciò che c'è di più personale e coinvolgente nella scrittura, la Waterman rappresenta un altro concetto d'identità: non è più l'identità per assimilazione e per identificazione sociale, ma l'identità definita da «ciò verso cui ci si dirige». Un'identità che si manifesta anche attraverso una deformazione coerente, attraverso uno stile, e attraverso l'affermazione di un'etica. Ritorneremo più avanti su questa doppia definizione dell'identità, quando faremo riferimento al concetto d'identità narrativa, sviluppato dal filosofo P, Ricoeur (cfr. infra, p, 57).

La fotografia, come contro-dono della stilografica

Dicevamo più sopra, parlando della segmentazione, che la fotografia si presenta, dalla composizione generale dell'annuncio, come l'oggetto simmetrico della penna stilografica: entrambe sono parallele e inquadrano, in orizzontale, il testo manoscritto. Questa simmetria visiva è ancora più evidente per l'effetto ombra trasferito sul foglio di carta (fig. 3). Per il lettore delle prime righe della lettera, la fotografia è sistemata al posto giusto: è, infatti, testimone dell'epoca che immediatamente precede quella evocata agli inizi del testo; ma, per chi ha finito di leggere le righe scritte da "io", la fotografia acquista anche uno statuto narrativo ben preciso: si rivela un contro-dono, un dono in cambio di contro-dono. "io", che ha ricevuto la stilografica in dono da "tu", ha ritrovato e riaperto una vecchia fotografia; l'ha posata su un foglio e s'è messo a scrivere, sotto la fotografia, qualche riga. La foto sarà là, nell'invio di ritorno, ad illustrare quella rassomiglianza che turba tanto "io". E infine, "io" ha posato la stilografica con cura — in ogni caso, in modo preciso. Si sarà notato qui il ruolo essenziale che può giocare un dispositivo visivo nel porre in relazione delle unità figurative e, dunque, nella costruzione della significazione di un messaggio. Si tratta, in questo caso, di un dispositivo topologico, poiché è la categoria intercalante vs intercalato ad essere praticata in questo caso. Si sarà notato anche il carattere significativo delle qualità visive date alle figure della fotografia e della stilografica: stessa resa delle materie, stesse ombre... Sono questi due esempi che mostrano come un trattamento visivo particolare può costituire un vero sistema secondo

modellante, che riprende alcune unità del contenuto per riorganizzarle e inscrivere in relazioni che daranno loro un altro significato, più profondo di quello che hanno dalla sola figuratività.

Questo statuto di contro-dono della fotografia rende apprezzabile l'humour di "io": chiudere la lettera parlando di somiglianza, e, nello stesso tempo, allegarvi una fotografia che mostra due ragazzi così diversi! Ma questo statuto di contro-dono rivela anche, e forse con vantaggio, l'affettuoso legame di "io" per questa fotografia che, è evidente, è stata conservata accuratamente ripiegata. Se questa foto non avesse veramente alcun valore, come potrebbe "io" stabilire un parallelo — è il caso di dirlo — con una magnifica stilografica? Una foto così vecchia, tutta sciupata per essere stata piegata e poi distesa!

Guardiamo ancora una volta questa fotografia, un po' più da vicino: è una fotografia in bianco e nero, un po' sporcata, un po' ingiallita e di una lunghezza insolita. La sua composizione è vistosamente ortogonale: l'orizzonte è tagliato ad angolo retto dalla massa della doppia sagoma dei ragazzi. Grazie a questa ortogonalità, sagoma e orizzonte si integrano perfettamente nella composizione generale dell'annuncio. Ma come succedeva per le altre parti dell'annuncio, di questa immagine non ci interessa il significante, ma il suo significato: il suo piano del contenuto, e, soprattutto, la sua dimensione figurativa. Non proseguiremo quindi oltre nell'analisi delle sue qualità visive.

Due ragazzi posano davanti al fotografo; uno sfoggia il suo più bel sorriso, l'altro guarda l'obiettivo con uno sguardo malizioso; sono in piedi, sul prato di un college o di un club, portano la stessa uniforme di stile inglese: stessa cravatta, stessa giacca profilata, stesso pullover, stesse calze... Ecco una vera e propria identità visiva! Un'uniforme, ci dice il vocabolario, è «un abito la cui linea, tessuto, colore sono stabiliti da un regolamento»; è «un abito determinato, obbligatorio per un gruppo». Il senso può essere esteso: uniforme è un termine comunemente usato per indicare ogni "aspetto esteriore", ogni "vestito uguale per tutti". Queste definizioni parlano chiaramente: si tratta, in questo caso, di un'identità un po' particolare, poiché dipende dalla sola modalità del dover-essere. Inoltre, è un'identità per assimilazione, cioè per indifferenziazione. Un'identità visiva che mira a sopprimere o a singolarizzare gli individui di uno stesso gruppo, in modo che la funzione semiotica della differenza — fare senso, precisamente — sia a vantaggio esclusivo del gruppo, in rapporto a un altro gruppo.

Ma ecco: l'uniforme da collegiale ha come effetto (paradossale?) di evidenziare la diversità tra i due ragazzi. E per il modo di indossare questo abito e per la contiguità delle figure dei ragazzi che ci si rende conto, per contrasto, di tutto ciò che li rende diversi. Il bordo inferiore della fotografia, che funziona qui proprio come una livella da carpentiere, fa subito notare che uno dei ragazzi ha le calze impeccabilmente tese, mentre l'altro ha lasciato scivolare la calza destra lungo il polpaccio (fig. 4).

È, d'altronde, lo stesso ragazzo che lascia uscire un angolo della camicia dai calzoni e dal pullover, e che non ha nemmeno abbottonato la giacca; è ancora lui che mostra arricciata una delle punte del colletto. È lo stesso che non ha più il berretto, e forse l'ha perso mentre giocava al pallone. «Sempre lo stesso!...» Non è forse, questa, una tipica espressione dell'identificazione? Questo ragazzo furbetto, che alcuni giudicherebbero piuttosto trasandato, trova così la sua identità secondo il principio dei contrasti come secondo quello delle ricorrenze. Essa è prodotta e colta a partire dalle relazioni o... o... così come a partire dalle relazioni e... e... In altre parole, più esplicitamente

semiotiche, la sua identità, come ogni identità, è affrontata secondo l'asse "paradigmatico" (delle selezioni e del sistema), e secondo l'asse "sintagmatico" (delle combinazioni e del processo). Infine, è uno sguardo più attento, spinto oltre la percezione delle differenze nell'abbigliamento dei due fratelli, che porta a riconoscere la loro somiglianza e fa capire il valore di testimonianza che "io" vuol dare alla fotografia. Leggendo le ultime righe della lettera, avevamo saputo che i due fratelli erano gemelli («Per il nostro compleanno.. ma è all'esame dei tratti dei loro volti che la gemellarità diventa evidente e acquista la sua verità e la sua profondità, Si può notare che hanno gli stessi occhi, le medesime orecchie, Io stesso naso... Inoltre, capiamo perché la memoria di io porta la loro somiglianza a questo grado; «...E io mi sono ricordato di come eravamo simili». Infatti, la loro somiglianza non è soltanto fisica; è anche, e soprattutto, gestuale e comportamentale. Certo, "io" è trasandato e suo fratello è vestito con una cura meticolosa; ed è incontestabile che "io" abbia una gestualità più sciolta di quella di suo fratello; è il meno che si possa dire! Ma entrambi hanno lo stesso sguardo franco e sorridente e tutti e due si tengono ben dritti. Hanno di fatto la stessa presenza, e lo stesso atteggiamento l'uno di fronte all'altro, così come di fronte al fotografo. Il furbetto, con un fare da protettore, ha scelto di mettere il suo braccio sulla spalla del più saggio, ma questi non gli si rifiuta; è perfino fiducioso nella capacità di suo fratello di non impedirgli di essere serio e dignitoso. Se lo sportivo gioca al protettore, il saggio gioca al ben educato: rimanendo con suo fratello, il "ben educato" assicura e rappresenta la loro comune buona educazione. Ognuno è chiaramente contento di posare con l'altro; tutti e due sono aperti alla vita e agli altri. In questa fotografia, tutti e due mostrano già che vogliono, e che sanno, assicurare e difender(si). ..

A partire da queste osservazioni, poco importa sapere se è lo sportivo che partirà più tardi per salvare le balene, e se è il ragazzo serio e saggio che diventerà avvocato, o se è il contrario. Perché no? Si tratterebbe, nel caso, solo di un problema di inclinazioni o forse, semplicemente, di recupero o d'abbandono di ruoli sostenuti, per un giorno, in occasione d'una fotografia. Al di là, dunque, dell'evidente diversità nel modo d'indossare l'uniforme, e anche, indipendentemente da una somiglianza naturale, si dovrebbe dire genetica, "io" ha ritrovato in questo ritratto un modo comune di essere al mondo e in rapporto con gli altri, dove l'intreccio dei destini non è mai stato che uno svolgersi narrativo e una progressiva realizzazione. Da questo punto di vista, ci si può chiedere se la lettera di "io" non dipenda da un pensiero, se si ammette, come ritiene Cl. Lévi-Strauss, che «il pensiero mitico procede dalla presa di coscienza di certe opposizioni e tende alla loro progressiva mediazione».

Allora, qual è stato il ruolo della Waterman regalata da "tu"? Quale rapporto ha con la gemellarità? E, per simmetria, perché è questa fotografia che è stata riaperta da "io" e da lui spedita come contro-dono? Sicuramente l'abbiamo già ricordato il fatto che si trattasse di una stilografica ha la sua importanza: un avvocato sa che uno scienziato ha, prima o poi, anche lui occasione di scrivere. Ma, per l'appunto, ciò che gli è stato regalato non è una comune stilografica, è una Waterman! È la stilografica di una marca la cui prima lettera è anche il logo: ora, quali sono le caratteristiche più notevoli di questa lettera e di questo logo? La loro gemellarità (fig. 5). C'è una doppia V, letteralmente e visivamente, e non è tutto. In questo logo iniziale di Waterman, la forma non rappresenta solo la gemellarità: essa appare come una specie di abbraccio, delinea uno slancio: quello per cui una forma va a raggiungere un'altra forma, che le è identica. Per contrasto, la W manoscritta della lettera scritta da "io" (fig. 6) mostra abbastanza la stessa cosa: la W calligrafica del logo Waterman, che è visibile nel blocco della marca nella parte inferiore dell'annuncio,

riprende il gesto del fratello con l'aria maliziosa, gesto che fa dei due gemelli un'unica sagoma. "Io" sarebbe un semiotico?

Ecco, dunque, la storia dei gemelli Waterman: così diversi, così simili. Come dicevamo all'inizio, abbiamo scelto questa pubblicità e questa storia per illustrare concretamente l'approccio semiotico e per affrontare la problematica dell'identità.

Perché, dopo tutto, questa pubblicità ci interessava? Perché questa storia è di per sé molto semiotica: racconta, infatti, di come una stilografica ha potuto essere affrontata come un oggetto di senso. Ora, questo modo di affrontare le cose è caratteristico della semiotica; ma vi possono essere molti altri sistemi: tecnico, sociologico, storico...

Parlando così di una stilografica, la storia dei gemelli suggerisce che i testi e le figure non siano i soli oggetti di senso possibili; gli oggetti concreti, gli oggetti materiali, possono, anch'essi, essere significanti, non solo per il valore aggiunto che è dato loro dai produttori — lo vedremo a proposito dell'Opinel (cfr. infra, p. 209) —, ma anche perché si inseriscono in un racconto d'uso o di consumo: in questo caso, in un rapporto di dono e di contro-dono. Ora, è proprio una delle vocazioni della semiotica quella di analizzare tutte le forme della significazione, e tutti i modi della sua manifestazione; ancora una volta, la semiotica lavora a partire da tutti i tipi di segni e di linguaggi che realizzano una significazione, siano questi verbali o non verbali.

Più globalmente, e in modo più specificamente semiotico, la storia dei gemelli Waterman illustra l'economia e il dinamismo di questi fenomeni propri della significazione. È ora opportuno non dimenticare che questa concezione economica e dinamica della significazione è una delle posizioni essenziali della semiotica, almeno così come è stata elaborata e sviluppata da A.-J. Grvsnas e dai suoi collaboratori. La significazione è, qui, affrontata e analizzata come una produzione, come un'articolazione progressiva che corrisponde a un arricchimento del senso. La storia di "io" e di "tu" mostra per quali vie una significazione cerca di costruirsi e di farsi cogliere. La significazione di cui si tratta nella pubblicità Waterman è quella delle carriere dei due gemelli: di questi due uomini apparentemente così diversi, ma che, alla fine, si riveleranno "simili", da quando i loro rispettivi percorsi saranno stati considerati sulla scala d'una vita. Si sarà, anche, notato che la costruzione e la percezione di questa significazione sono state indipendenti da ogni volontà cosciente, come da ogni condizione e temporalità particolare: né l'uno né l'altro dei due fratelli ha cercato di incrociare la sua carriera con quella del suo gemello, tanto da realizzare e affermare una gemellarità etica, che raddoppia o riveste la loro gemellarità naturale. In altre parole, la produzione di questa significazione è indipendente da ogni intenzione di fare o di comunicare. Infine, la costruzione del doppio percorso di vita è stata così progressiva che il riconoscimento di questa gemellarità etica è stato improvviso.

Per dare una simile significazione alle loro esistenze, è stato necessario che "io" scomponesse le concatenazioni che costituivano i loro percorsi di vita, che li segmentasse, come fa qualunque semiotico quando comincia l'analisi di un testo, di un'immagine o di uno spazio. Avrà dovuto, anche, mostrarsi attento al ricorrere delle differenze e delle somiglianze delle unità; e immaginare tutto ciò che avrebbe potuto essere al posto di quello che è stato, cioè riconoscere le scelte fatte e prendere atto del loro mantenimento. In altre parole, e per riprendere, ancora una volta, i concetti fondamentali della semiotica, avrà dovuto riavvicinare le loro vite secondo l'asse del processo (o asse sintagmatico), e secondo l'asse del sistema (o asse paradigmatico).

Procedendo in tal modo, «Io» ha riconosciuto «l'invarianza sotto la variazione» delle loro azioni e

delle rispettive situazioni. Ha potuto, allora, rendersi conto fino a qual punto tutti e due erano simili, considerando non le caratteristiche intrinseche di queste azioni e situazioni, ma le loro relazioni, e gerarchizzandole a seconda che si rivelassero più o meno invarianti o più o meno variabili.

La realizzazione di una gemellarità può essere, dopo tutto, considerata come un'avventura abbastanza semplice e piuttosto astratta; e tuttavia, quale diversità di situazioni, di luoghi, di tempo e d'oggetti l'ha concretizzata! Un college e un'uniforme, delle balene blu e una facoltà di Legge, un Rio delle Amazzoni, uno studio da avvocato e una missione scientifica, e poi una stilografica, una lettera, una fotografia... L'identificazione verso cui si è incamminato il nostro "io" costituisce, dunque, una vera e propria operazione metasemiotica -- dare del senso al senso — nella misura in cui lo ha dovuto procedere a un'analisi e a una costruzione di quella forma significante che è la loro gemellarità, a partire da un primo materiale significante: il corso delle loro due vite. Parlando di operazione metasemiotica, facciamo riferimento all'articolo «Identità» in Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio di A.-J. Greimas e J. Courtés. Ecco come gli autori definiscono l'identificazione: «Il riconoscimento dell'identità di due oggetti, o la loro identificazione, presuppone la loro alterità, cioè un minimo semico o femico, che prima di tutto li distingue. Da questo punto di vista, l'identificazione è un'operazione metalinguistica che richiede preliminarmente un'analisi semica o femica: lungi dall'essere un primo approccio al materiale semiotico, l'identificazione è una delle operazioni di costruzione dell'oggetto semiotico».

Così "io" ha seguito, a posteriori, un percorso che va dal più semplice e dal più astratto al più complesso e al più figurativo: dalla messa in racconto, ormai possibile, della sua vita e di quella del fratello, fino al momento della messa in segno (avvenimenti, epoche, un regalo, una corrispondenza...). La semiotica non fa niente di diverso, quando rappresenta l'economia generale di un discorso sotto forma di un percorso, che chiama «percorso generativo della significazione». Ecco come parlava A.J. Greimas, in termini semplici, di questo percorso generativo: «Questo percorso deve rendere conto di strutture sempre più complesse a partire dal semplice, con procedure che noi definiamo di conversione. A partire dagli universali, che dipendono dall'animo umano, si può arrivare al discorso; e, finalmente, lo scopo del percorso è arrivare alla semiosi, cioè alla riunione del significante con il significato, e, quindi, alla realtà. Per me, la semiotica è l'incremento del senso, iniziando dall'elementare. Complicando il senso aumenta, Tra gli "elementari elementari" e il reale a cui si tende, c'è la semiotica: è un lavoro) di molte generazioni. In questo senso, la semiotica è un Progetto scientifico: non è né una scienza, né una realizzazione, né una dottrina... È un invito al lavoro se si vuol capire l'uomo. , , La semiotica è un metodo di conoscenza e non la conoscenza dell'essere».

Questo vorrebbe forse dire che non vi è differenza tra l'"io" della pubblicità Waterman e un semiotico, se non magari l'uso di un gergo da parte di quest'ultimo? La risposta si trova nelle parole di A.-J. Greimas che abbiamo appena citato. Il semiotico non solo produce questo percorso, di cui parlavamo prima; egli si sforza di darne una rappresentazione, la più chiara e sistematica possibile. Più spiegata possibile, se così si può dire. Infatti, tale rappresentazione si fa secondo un progetto scientifico. Come andare dal semplice al complesso distinguendo e gerarchizzando un certo numero di piani di pertinenza? Ecco la domanda che si pone il semiotico. È, d'altronde, questo concetto di pertinenza a costituire, e non c'è da dubitarne, la grande differenza tra un discorso "a vocazione scientifica", come tende ad essere il discorso semiotico, e un discorso che non dipenderà mai che dal saggio, letterario o sociologico. E, in effetti, questa preoccupazione della distinzione e della

gerarchizzazione dei livelli di pertinenza, a permettere ai semiotici di rispettare dei criteri di scientificità — la coerenza, l'eshaustività, la semplicità. E che, metodologicamente, permetterà loro di ben formulare le cose, di mettere a posto i concetti, di definirli in modo univoco o, meglio, di interdefinirli. La semiotica sa molto bene che non ha — lungi da qui! — il potere di formalizzare, tuttavia non per questo rinuncia a formulare. Anche a prezzo di quello che può certamente apparire come un gergo...

Un'apertura alla problematica dell'identità.

Avevamo scelto la pubblicità Waterman anche per il suo valore, in un certo qual modo, di apertura. Ci sembrava utile per introdurre quest'opera sugli aspetti dell'identità dell'identità in generale e dell'identità visiva in particolare che vorremmo trattare nei diversi saggi inclusi in questa raccolta. Per prima cosa, come avevamo già detto, l'annuncio-stampa Waterman introduce l'idea della non-immediatezza, sia cognitiva che temporale, che caratterizza il riconoscimento di un'identità. Questa non-immediatezza è dovuta al fatto che tale riconoscimento implica l'instaurarsi di relazioni, e non la semplice percezione delle qualità intrinseche degli elementi considerati. L'identificazione è certamente un'operazione metasemiotica, come hanno precisato A.J. Greimas e J. Courtés: è la costruzione di una forma semiotica attraverso la trasformazione di un materiale già significante. E, in qualche modo, dare senso al senso... L'identificazione implica un'analisi che scopre le relazioni esistenti tra fenomeni, avvenimenti o comportamenti; tutti considerati come segni e, come tali, affrontati: ci ritorneremo nel corso di questi saggi.

D'altra parte, l'identificazione suppone che sia stato riconosciuto — coscientemente o meno, non è un problema della semiotica — quel minimo di tratti d'espressione o di contenuto che è necessario alla costituzione di un'alterità prima. Solo in un secondo tempo, i tratti che compongono quest'alterità prima saranno intesi come derivanti da un livello di senso relativamente superficiale, semplicemente perché si sarà stabilito, in parallelo, un livello più profondo, più invariante, che sarà considerato come quello in cui si colloca la coerenza dinamica della totalità considerata. Questa totalità è una vita, o, piuttosto indica due vite, nel caso della storia dei nostri gemelli; potrebbe essere in altre situazioni un'opera, un look, un'offerta... A partire da una simile concezione del riconoscimento d'una identità, ci si può chiedere se, in modo simmetrico, la produzione di un'identità, e non il suo riconoscimento, non corrisponda a un'operazione di questa natura. Infatti, se si ammette che il riconoscimento è un fare cognitivo il cui soggetto è un ricevente o, meglio, un enunciatario, poiché quanto è ricevuto è dell'ordine dell'enunciato -- pare legittimo proporre che la costruzione di un'identità sia, anch'essa, un'operazione cognitiva: in questo caso, di un enunciatore. In più, cercheremo di mostrare che quest'operazione cognitiva è, anche, un'operazione metasemiotica. I saggi seguenti saranno, in gran parte, dedicati alla difesa e all'illustrazione di questa tesi, poiché spiegano, ciascuno in modo diverso, i legami tra la costruzione dell'identità e l'attività enunciativa del bricolage, del quale Cl. Lévi-Strauss ha mostrato la natura metasemiotica. Per il momento, insistiamo sul concetto che un'identità, sia nella produzione che nel riconoscimento, è sempre differenziale; per lo meno in un approccio come il nostro, cioè in un approccio semiotico strutturale. L'identità è differenziale per due motivi: da un lato, perché non vi è identità che in rapporto a un'alterità, e dall'altro, perché ogni identità si basa su quell'operazione metasemiotica che abbiamo appena esaminato, e che richiede un'analisi delle relazioni tra le unità d'espressione o di contenuto dei segni che costituiscono il materiale di partenza dell'identità stessa. Il lettore avrà capito che prendiamo distanza dagli approcci sostanzialisti dell'identità, siano essi

d'ispirazione psicologica che sociologica. Ecco, secondo noi, un esempio d'approccio sostanzialista; è quello dello psicosociologo Alex Mucchielli: «Vedremo che l'identità di un attore sociale è più che un elenco di referenti esterni e oggettivi che permettono di rispondere alla domanda: "Chi è questo attore sociale?" Ai referenti materiali, si dovranno aggiungere referenti psicologici e culturali e anche referenti psicosociali, perché l'attore sociale non è un semplice oggetto senza vita interiore e senza vita relazionale». Insisteremo, inoltre, sul fatto che il nostro approccio all'identità è di tipo generativo: l'identità è definita dal suo modo di produzione, cioè dal processo di complessità crescente che ne fa, precisamente, un "oggetto di senso". Non è, dunque, la sua genesi — tecnica, psicologica o altra — ad essere qui presa in considerazione. La storia dei due gemelli la spiegava abbastanza: l'identità è legata all'idea di percorso. L'annuncio-stampa di Waterman descriveva i rispettivi percorsi sociali dei due uomini, per sfociare nel riconoscimento di un percorso più sorprendente e, nello stesso tempo, più occulto: quello che, progressivamente, tracciava l'incrociarsi del loro doppio destino. Si concepisce, allora, l'identità in un approccio sintagmatico, cioè sulla considerazione dei processi e del complesso di concatenazioni orientate, e sulla sistemazione di isotopie che possono rimanere parallele, ma anche finire con il congiungersi — fenomeni semiotici riconoscibili ancora una volta a posteriori. L'identità così affrontata deriva da una progressiva connessione di unità o "grandezze" separate all'inizio: luoghi, universi, personaggi diversi...Sembra che l'identità non debba essere costruita che sulla base di questi rapporti e di queste negazioni delle prime discontinuità. Su incitazione del filosofo Michel Serres, è possibile vedere nelle immagini di un ponte o di un pozzo delle figure topologiche esemplari dell'identità. «Il ponte è una via che unisce due sponde, o rende continua una discontinuità, o valica una frattura, o ricuce uno strappo. Lo spazio del percorso è crepato dal fiume, che non è uno spazio di trasporto. Da allora in poi, non c'è più un solo spazio; ce ne sono due varietà senza limiti comuni... La comunicazione era tagliata. Il ponte la ristabilisce vertiginosamente. Il pozzo è un buco nello spazio, una lacerazione locale in una varietà. Può deconnettere un percorso, che lo attraversa, in questo caso il viaggiatore cade (uguale la caduta del vettore). Può però connettere delle varietà che si trovino ammucciate (foglie, pagine, formazioni geologiche). Il ponte è paradossale: connette il deconnesso. Il pozzo lo è più ancora: deconnette, ma anche connette, il deconnesso». Forse, queste figure del ponte e del pozzo sono troppo pericolosamente stereotipate e anche troppo evidentemente universali; ma sono interessanti perché offrono una rappresentazione suggestiva di quel principio della connessione che è all'origine della dimensione sintagmatica dell'identità. In più, lasciano il ricordo di quell'idea di tensione e orientamento che ci sembra intrinseca alla nozione d'identità. M. Serres ricorre, anche, ad altri esempi molto significativi di questa tensione: sono i resoconti dei grandi viaggiatori, che si chiamino Ulisse, Edipo o Gilgamesh... Partendo da questi esempi, il filosofo presenta la sua ipotesi sul percorso e il discorso: «Lo spazio non è un tema del ciclo di Ulisse, non è quell'unità discreta ritrovata indefinitivamente o con ripetizioni lungo la sua sequenza discorsiva. La pluralità degli spazi disgiunti, e tutti differenti, è il caos originario, condizione della serie che li riunisce. Il viaggio di Ulisse, come quello di Edipo, è percorso ed è un discorso di cui comprendo ormai il prefisso.

Non è il discorso di un percorso, bensì radicalmente il percorso di un discorso: il corso, il cursus, la direzione, la strada che passa attraverso la disgiunzione originaria... La carta del viaggio prolifera di spazi originali, perfettamente disseminati o letteralmente sporadici, ciascuno rispettivamente determinato, il cui errare globale e la cui avventura mitica, non sono, tutto sommato, che il raccordo

generale. Come se il discorso avesse come unico oggetto o come unico bersaglio quello di connettere o come se il raccordo o il rapporto costituissero la via per la quale passa il primo discorso, costituissero un mythos, il primo logos; costituissero un trasporto, il primo rapporto; costituissero un raccordo, condizione del trasporto», Cl. Lévi Strauss fu colpito dal pensiero di M. Serres, che, nella stessa relazione, avanzava l'idea che «la cultura ha il compito di deconnettere gli spazi e di riconnetterli», L'antropologo ricorda di aver concluso, dopo l'analisi dei miti di Perceval, che «ciascun mito cerca di risolvere un problema di comunicazione e che, dato che è superato dal numero delle possibili connessioni, a motivo della complicazione del grafo... ciascun mito, in fin dei conti, consiste nell'innestare e disinnestare dei relais». Nei saggi che seguono, ritorneremo più volte su queste nozioni di non-discontinuità, di connessione e di raccordo; mostreremo che le identità visive implicano concatenazioni di questo tipo. Vedremo, allora, che queste ultime non sono necessariamente legate allo svolgersi lineare di una storia, ma si fondano su dispositivi topologici — che si potrebbero chiamare collocazioni — come la connessione, la trasversalizzazione o la circoscrizione. Quanto a sapere se si tratta di una condizione necessaria a ogni costituzione di un'identità visiva, bisognerebbe prevedere molte altre analisi concrete, condotte da ben altri semiotici... Infine, la storia dei gemelli Waterman è una gran bella introduzione alla problematica dell'identità, intesa come una dialettica tra, da una parte, la paralisi delle esperienze, la forza delle abitudini e l'efficacia delle situazioni nelle quali ci si riconosce e dalle quali ci si fa riconoscere e, dall'altra, la tensione d'un progetto di vita, la piena realizzazione di sé e la scelta responsabile di certi valori — scelta che può portare a far ribaltare la vostra esistenza. Da un lato, la preservazione e il proseguimento, dall'altro, la perseveranza e la costanza; da un lato, ciò in cui ci si è riconosciuti, dall'altro, ciò verso cui ci "s'incammina". Pertanto, l'identità dev'essere considerata come una dialettica tra il "carattere" e la "parola mantenuta". Alludo, qui, al concetto d'identità narrativa proposto dal filosofo P. Ricoeur. Egli pone la narritività al centro della problematica dell'identità, non solo perché «in parecchi racconti, il sé cerca la propria identità sulla scala d'una intera vita», ma anche perché, secondo lui, - «non c'è racconto che sia eticamente neutro». Ora, per P. Ricoeur, la dimensione etica è costitutiva di uno dei due grandi principi dell'identità: l'ipseità. Torneremo presto su questo argomento. Per ora, ricordiamo che, se l'io della lettera scritta con la Waterman aveva potuto riconoscere la sua identità, è proprio perché aveva considerato il suo percorso e quello di suo fratello sulla scala della loro vita. Per lo meno, sulla scala di vita già sufficientemente realizzata perché la sua identità gli apparisse legata a una gemellarità etica e non soltanto naturale. Ritorniamo ora alle nozioni di carattere e di parola mantenuta. Il carattere, dice P. Ricoeur, è «il che cosa del chi». È l'insieme delle caratteristiche durature da cui si può riconoscere una persona; è l'insieme dei segni distintivi, delle abitudini e delle identificazioni acquisite che divengono vere caratteristiche. Il carattere è profondamente legato alla permanenza nel tempo, alla sedimentazione «che tende a ricoprire e, al limite, ad abolire, l'innovazione». La parola mantenuta è, invece, il polo opposto al carattere. «La parola mantenuta dice un mantenersi che non si lascia inscrivere, come il carattere, nella dimensione di qualcosa in generale, ma unicamente in quella del chi? Anche in questo caso l'uso dei termini fa da buona guida. Una cosa è il perseverare del carattere, un'altra la perseveranza alla parola data. Una cosa è la continuità del carattere, un'altra la costanza nell'amicizia». La parola mantenuta potrebbe apparire come una logica di continuità ancora più forte di quanto non sia il carattere. Di fatto, non è vero: essa è a fianco dell'innovazione, perché dipende da un'intenzione etica, e, quindi, da un'esigenza che può, in alcuni casi, portare alla

rottura, al rifiuto delle tendenze, che sembravano non poter che durare. Non possiamo impedirci qui di pensare a Walter Bonatti. La vita di questo alpinista italiano è, per noi, il più bell'esempio di tale rottura. Durante l'inverno 1965, dopo aver realizzato un gran numero di prime scalate o di imprese che l'avevano fatto conoscere come una delle più grandi figure della storia dell'alpinismo, **Walter Bonatti scalò da solo la parete nord del Cervino, realizzando una "prima assoluta": una nuova via in parete, una prima solitaria, una prima invernale. Quando scese, annunciò che, con questa impresa, aveva concluso la sua carriera. E così fece. Divenne cronista e scrittore, e si lanciò in altre avventure. Abbandono del proprio io, per il mantenimento di sé...** Quanto a noi, ritorniamo in altitudine, filosofica. Per P. Ricoeur, l'identità narrativa è un intervallo o, meglio, una mediazione temporale tra il carattere e la parola mantenuta. Ora, questi poli della permanenza nel tempo rappresentano i due modi opposti di articolazione dei due grandi principi dell'identità: l'idem e l'ipse. L'idem, cioè lo stesso, opposto al mutevole e al volubile; **l'idem rimanda, infatti, alla nozione di permanenza nel tempo. L'ipse, invece, non è legato a questa idea di permanenza nel tempo;** è congiunto al fondamento etico di sé e alla relazione con l'altro. Così si deve intendere l'identità narrativa come la «medietà specifica fra il polo del carattere, in cui idem e ipse tendono a coincidere, e il polo del mantenersi, in cui l'ipseità si affranca dalla medesimezza» L'identità narrativa si pone, così, al centro di uno spettro di variazioni tra carattere e parola mantenuta. Ecco il modo in cui possiamo rappresentare l'articolazione delle diverse nozioni che permettono a P. Ricoeur di definire il suo concetto d'identità narrativa:

Identità narrativa

Carattere	Parola mantenuta (o mantenimento di sé)
Perpetuazione	Perseveranza
Continuazione	Costanza
Recupero dell'ipse da parte dello stesso	Liberazione dell'ipse in rapporto allo stesso
Sedimentazione	Innovazione

Si potrebbe credere che il pensiero teorico del filosofo sia molto lontano dalla mia impostazione, e che si tratti di astrazioni senza un vero rapporto con quelle realtà concrete che sono le identità visive. Riteniamo che non sia affatto così. Molto semplicemente, perché questa opposizione tra carattere e parola mantenuta, come la sua mediazione col tempo del racconto, erano proprio al centro della nostra storia Waterman. Infatti, è con la messa in racconto delle vite dei due fratelli che si effettuava quella connessione tra età e luoghi, tra attività e stato sociale. Ed è una struttura narrativa a costituire la mediazione tra le discordanze iniziali e la concordanza finale. La gemellarità etica dei due ragazzi non era dovuta, di fatto, che alla forza totalizzatrice di quella "sintesi dell'eterogeneo" che garantiscono il racconto e la sua fine.

Ma questa concezione dell'identità secondo P. Ricoeur non è valida solo per l'annuncio Waterman. Essa prefigura, in una problematica del tempo e del soggetto, ciò che impegnerà la nozione d'identità visiva nella nostra problematica, anche se questa è, fondamentalmente, legata allo spazio e all'opera. Ritroveremo questa forza strutturante della fine e l'idea di "sintesi dell'eterogeneo" nel concetto di Lévi Strauss di bricolage, che articola anch'esso in modo dinamico segni e struttura, "blocchi previncolati" dall'uso e dalla totalità di significazione.

Ritroveremo infine, e precisamente grazie al concetto di bricolage, questa opposizione tra sedimentazione e innovazione nel concetto propriamente semiotico di prassi enunciativa, poiché questa può essere definita come l'istanza di mediazione tra le forme stereotipate o canoniche del discorso, da un lato, e, dall'altro, le significazioni inedite che un enunciatore può produrre e che lo costituiscono in un soggetto particolare.

La via dei logo

Il faccia a faccia dei logo Ibm e Apple

Come ogni identità, un'identità visiva può essere definita, in prima istanza, come una differenza e una permanenza al tempo stesso. L'identità visiva è differenza, nel senso che assicura il riconoscimento e la buona riuscita dell'azienda e che esprime la sua specificità. D'altra parte, l'identità visiva è permanenza in quanto rende conto del perdurare dei valori industriali, economici e sociali dell'azienda. Il permanere non deve essere considerato in questo caso come una semplice ripetizione ma come un divenire con una sua logica e come una successione orientata. In altre parole, più semiotiche, l'identità si concepisce o si apprezza secondo i due assi del "sistema" (l'asse paradigmatico) e del "processo" (l'asse sintagmatico). Tale doppia dimensione si ritrova del resto implicitamente nella richiesta che le aziende rivolgono agli uffici di design e ai consulenti semiotici

poiché l'obiettivo primo affidato a questi esperti è la concezione o la revisione dei tratti di espressione e di contenuto invariati che, da un lato, assicurino l'espressione della "durezza" della società — una preoccupazione paradigmatica, se così si può dire, e che, d'altra parte, permettano di raccontare il proprio progetto di vita, preoccupazione che potremmo definire sintagmatica...

I logo di quei due giganti dell'informatica che sono Ibm e Apple — chi non li conosce? -- illustrano alla perfezione questo desiderio di differenza e di permanenza al quale corrisponde il corporate design. Scopo di questo saggio non è l'analisi del cahier des charges cui hanno risposto queste identità visive o i libri delle norme grafiche che le due società sono tenute a osservare.

Vorremmo invece esaminare i principi di differenza e permanenza di cui trattavamo all'inizio, ponendoci a monte delle realizzazioni, e non da un punto di vista tecnico ma da quello del significato. Ci piacerebbe mostrare che, se la costruzione e l'affermazione di un'identità visiva obbediscono evidentemente a necessità e costrizioni sia istituzionali che commerciali e tecniche, esse sono anche sottoposte a leggi propriamente semiotiche o, se si preferisce, a condizioni generali di produzione del senso.

Inizieremo dunque con l'analizzare questi due logo come due segni, o più precisamente come due enunciati visivi, che integreremo con i rispettivi discorsi istituzionali delle due società informatiche. Ed è l'esplicitazione delle condizioni semiotiche che reggono il rapporto dei loro significanti e dei loro significati che ci condurrà in seguito a suggerire un confronto tra il corporate design e altre pratiche significanti, altre semiotiche visive, in apparenza molto lontane nel tempo e nello spazio. Le invarianti plastiche dei logo Ibm e Apple.

Consideriamo per primo il più vecchio di questi due logo: quello di Ibm. La prima versione di questo logo (fig. 1), ancora senza strisce, fu creata nel 1956 dal grafico Paul Rand in base alle sole iniziali della denominazione sociale della società: l'International Business Machines. Di formazione tipografo, P. Rand, che aveva prima lavorato per la rivista Esquire e poi per l'agenzia di pubblicità di Bill Bernbach, collaborava allora con il designer Charles Eames e l'architetto Elliot Noyes alla creazione dell'identità visiva globale che il presidente, Tom Watson Jr., desiderava dare a Ibm. Paul Rand suggerì per le tre lettere un'originale tipografia egiziana originale. Si noterà, in effetti, che la I e la M presentano le grazie rettangolari caratteristiche del carattere Egiziano, ma che queste stesse sono asimmetriche rispetto alle gambe delle lettere (figg. 2 e 3). Inoltre, gli occhielli della B non presentano alcun arrotondamento e la M è stata ritoccata nella sua larghezza in modo da non staccarsi dalle due lettere precedenti, anch'esse di larghezze diverse. Non è uno dei meriti meno importanti di questo logo quello di presentarsi come un solo blocco, mentre è composto da tre lettere che hanno pesi visivi e ritmi così diversi!

Nel 1962 Paul Rand farà attraversare le tre lettere da una serie di bande orizzontali, e darà così al logo il suo aspetto attuale (fig. 4), Il grafico si proponeva di dare al logo una più grande forza di impatto e di farne l'espressione della rapidità e dell'efficacia,

Una raccolta anche non esaustiva delle diverse applicazioni del logo Ibm mostra subito che ne esistono molte varianti, essenzialmente per il numero delle bande e delle utilizzazioni in positivo o in negativo.

Le bande possono essere tredici per le carte istituzionali (biglietti da visita, documenti legali...), otto per i documenti commerciali o pubblicitari (pieghevoli, cartelle stampa)

Inoltre, esistono due versioni positiva e negativa, per ragioni ottiche di buona lettura. Guardiamole con attenzione. La quarta striscia della M a partire dall'alto, quella in cui si colloca la sua punta

interna, è trattata in modo diverso secondo i casi: è tagliata nella versione negativa, mentre è solo intaccata nella versione positiva. D'altronde il rapporto tra le bande chiare e quelle scure varia: le chiare sono meno spesse delle scure nella versione negativa, e le barre scure più spesse delle chiare nella versione positiva (figg, 5 e 6).

Il logo Ibm conosce dunque realizzazioni varie che permettono di riconoscere le sue "invarianti plastiche", per riprendere la citazione del pittore

