

“Questa è l’acqua”. Semiotizzare il mare

Emanuele Fadda

Abstract How to describe the sea? How to tell about it? One of the most universal experiences – soaking in seawater – is also one of the most individual, whose characters are defined over time through habit, associations, readings and character evolution. Yet the need to talk about the sea, to semiotize it, is fundamental, in contexts of literature, marketing, or others. In this paper I will aim the (hopeless?) undertaking of describing, defining and classifying the sea (and beaches), reasoning about the respective roles of cognition and experience, and about the relationship between sea and musement. My conclusions will deal with the role of the sea as a challenge for the expressive power of languages.

Ognuno ha la sensazione di aver qualcosa da dire
del mare e del suo aspetto
e che si tratti di una cosa effettivamente importante

Predrag Matvejević

1. Introduzione: il mare è *tutto* (e il suo contrario)

Il mare ha sempre avuto un legame forte con la filosofia (e con la semiotica). Simbolo enantiosemico¹, può connotare di volta in volta la familiarità così assoluta da essere invisibile (“cos’è la filosofia? Insegnare al pesce cos’è l’acqua...!”)² o, al contrario, l’estraneità più inattingibile (troppo *vasta*, troppo *profonda* per essere toccata). I problemi divengono poi ancora maggiori quando non si tratta più di parlare per metafore, o per simboli (casi nei quali vi è almeno la risorsa della generalità), ma di descrivere letteralmente il mare – non il mare in generale, ma quello che di volta in volta è l’oggetto della nostra esperienza, del nostro desiderio, del nostro ricordo o delle nostre aspettative.

Ovviamente dei parametri “oggettivi” ci sono, ma in molti casi sembrano avere un’importanza molto relativa (a partire dal riferimento cromatico al blu/azzurro – una categoria che l’antichità non conosceva come la intendiamo noi). Una delle esperienze più universali – quella del bagnarsi nell’acqua marina – è anche una delle più individuali, i cui caratteri si definiscono nel corso del tempo attraverso l’abitudine, le associazioni, le letture e l’evoluzione del carattere.

¹ Come nota Bachelard a proposito dell’acqua in generale, è proprio questo carattere che soddisfa “le manichéisme de la rêverie” (Bachelard 1942, p. 19), che vuole che ogni elemento o materia originale debba essere insieme desiderabile e temibile, estatico e spaventoso.

² In un discorso assai noto (e da cui traggio il titolo di questo testo), pronunciato durante una cerimonia di laurea, David Forster Wallace (2017, pp. 140-152) assegna questo compito – insieme cognitivo ed esistenziale – non alla filosofia, ma agli studi umanistici nel loro insieme.

Alla dimensione individuale dell'esperienza fa da complemento (e, talvolta, da contraltare) la dimensione più propriamente comunicativa. Per ragioni di marketing turistico, culturale o semplicemente di gestione dell'immagine pubblica di un territorio si ha la necessità di raccontare, semantizzare e assiologizzare l'acqua del mare, che invece sfugge per molti versi alla semiotizzazione, ed è anzi spesso citata paradigmaticamente ad evocare i territori dell'ineffabile (e le esperienze paniche e quasi-mistiche).

Da un lato troviamo dunque le caratterizzazioni generali del mare (mai troppo loquaci e articolate, se non per ciò che concerne aspetti tecnici legati alla navigazione, alla pesca etc.), dall'altro uno sforzo continuo di dire-questo-mare- adesso. Come si fa, dunque, a parlare dell'esperienza del mare? A *raccontare* e *descrivere* il mare?

Nel tentativo di dare determinatezza all'indeterminato per eccellenza, assumerò come riferimento principale (almeno per i primi passi) l'unico autore che conosco che abbia preso sul serio l'idea di una "filologia del mare" (Magris 2004, pp. 7-12): Predrag Matvejić³. Prendere come guida lo scrittore croato significa fare delle scelte, a partire da quella di privilegiare il Mediterraneo, che è, come già il nome ci indica, mare "fra le terre" – non mare-deserto, ma mare-strada). È un mare in cui, in qualche misura, possiamo avere un'idea di ciò che c'è dall'altra parte: qualcuno con cui condividiamo, almeno in maniera molto generale, una parte importante di esperienza⁴. Per chi abita una delle periferie del Mediterraneo, esso è "a un tempo un mondo a sé e il centro del mondo" (Matvejić 1987, p. 23), qualcosa che è accessibile da ogni luogo ma non coincide con nessuno di essi. Il mare è dunque *l'accesso* al mare: non il centro, ma ciò che al centro si connette.

L'altra scelta principale che assumerò con Matvejić è quella di non fornire un'immagine del mare riduttiva o riduzionista, ma ampia e sfaccettata: il mare non è l'acqua, ma è *tutto ciò che ha a che fare* col mare, e dunque un campionario di contesti e situazioni, collegati a comportamenti da tenere in queste situazioni (parzialmente codificati, per esempio, da proverbi). In questo senso il mare – e il Mediterraneo in particolare – non è tanto un oggetto, quanto un *sistema di segni*, conosciuto in qualche misura da tutti coloro che vi hanno a che fare, e con una tradizione millenaria. Matvejić non è il solo, né il primo, a insistere su questo aspetto: su un piano strettamente semiotico, Ferruccio Rossi-Landi (1968) si era posto il problema della effettiva consistenza e della natura di un tale sistema, a partire dal confronto con quelli linguistici⁵.

2. La descrizione del mare: il colore e gli altri aspetti

Torniamo ora alla descrizione del mare. Come già accennato, sembra difficilissimo compierla senza fare riferimento all'esperienza, alle prassi, all'ambiente che il mare contribuisce a definire. Ma vediamo fin dove potremmo arrivare. Iniziamo da quella che dovrebbe essere la caratterizzazione principale: il

³ La prima edizione croata del *Breviario mediterraneo* è del 1987, e la prima traduzione italiana del 1991. Io mi riferirò qui all'edizione ampliata del 2006.

⁴ Questa esperienza si concreta linguisticamente in due elementi principali. Il primo è un *lessico* composito. Matvejić mostra come una delle caratteristiche dell'identità mediterranea è quella di conoscere parole derivate dalle fonti più disparate (ma che denotano oggetti più o meno conosciuti da tutti), e il suo traduttore italiano testimonia la sua richiesta espressa di lasciare tutti questi termini con una trascrizione il più possibile fedele alla pronuncia in lingua originale (cfr. Matvejić 1987, p. 318). Il secondo è la costituzione di lingue franche, spesso a base genovese, la cui funzione non si esaurisce nell'aspetto mercantile. Su questi idiomi, fondamentale è il lavoro di Fiorenzo Toso, purtroppo scomparso prima di aver potuto fornire una sistematizzazione (ma una *summa* delle sue ricerche si trova in Toso 2020).

⁵ Diverso è il caso dei codici internazionali *istituiti* per la navigazione, come quello che utilizza le bandierine, analizzato da Prieto (1966) per illustrare le nozioni di funzioni ed economia nella semiotica della comunicazione. Il padre di Prieto (come quello di Barthes, che morì durante la prima guerra mondiale) fu un militare di marina.



colore. Nel libro di Matvejević, lo spazio dedicato al colore del mare è sorprendentemente scarso, e in qualche modo non fa che esprimere lo scacco della semantica rispetto alla realtà infinitamente cangiante che resiste a ogni tentativo di essere “catturata”, quasi come se fosse un mistero, o il nome di un dio che si cela dietro mille altri nomi.

È difficile indovinare il vero colore del mare – ce ne sono tanti, vari, irraggiungibili. Lo definiscono solitamente azzurro, ma non lo è sempre. Sotto le nuvole è grigio, nell’oscurità nero, al sorgere e al tramontare del sole dorato, talvolta, sul far della sera, roseo o perfino rosso, nel momento in cui si orla di spuma diventa bianco ed effervescente, nelle intemperie è plumbeo, dov’è poco profondo risulta verde, qui trasparente e là torbido (Matvejević 1987, p. 25).

Il mare viene visto da terra con colori diversi, in tutte le sfumature dell’azzurro e del verde, come argento e oro sotto la luna o sotto il sole, di notte, di giorno, come olio e sale, terso come il cielo nelle metafore virgiliane (*caeruleum mare*), scuro come il vino negli epiteti omerici (*oinops*) (ivi, p. 222).

Alcune precisazioni ulteriori sono riservate al colore dell’acqua nelle grotte marine, che ha caratteri particolari:

Delle grotte marine [... c]e ne sono alcune facilmente accessibili, altre in cui si entra con difficoltà. [...] Hanno colori diversi o almeno questa è l’impressione che ne abbiamo: l’azzurro, l’azzurro scuro e il verde, forse, sono più densi. La luce, dove c’è, sembra essere liquida (ivi, p. 52).

Le descrizioni di Matvejević ci illustrano non come il mare *è*, ma *come lo vediamo*. Del resto “il colore del mare” *non* è il colore *del mare*: il cielo, il fondo e la profondità, le condizioni di luminosità e quelle meteorologiche, il riflesso delle rocce – mille altri elementi esterni determinano la nostra esperienza⁶. Inoltre, tutti i fattori cui abbiamo già accennato sopravanzano di gran lunga l’elemento propriamente percettivo⁷:

Se abbiamo creduto che si trattasse soltanto di colori o di immagini, bisogna riconoscere che talvolta si trattava invece di connotati pratici: delle direzioni e dei punti cardinali del mondo. L’influsso delle nostre rappresentazioni o illusioni non può per questo essere escluso: esse hanno contribuito, nonostante tutto, al fatto che le singole denominazioni sopravvivessero e venissero adottate (ivi, p. 222).

Insomma, per esprimerci nei termini di Eco (1997, cap. 3), è estremamente difficile delineare un tipo cognitivo dell’acqua marina, ed è senz’altro impossibile (perfino se si dispone della prosa di Matvejević) fornirne un contenuto nucleare. Ma cosa dire invece della definizione come oggetto di una *porzione* di mare – per esempio di una spiaggia⁸?

Per definire cos’è un oggetto materiale, possiamo adottare la strategia di Prieto (2021), e distinguere tre tipi di oggetti:

1. oggetto spaziale (dunque insieme di tratti spaziali pertinenti, prescindendo dal tempo);
2. oggetto spazio-temporale (insieme di tratti spaziali e temporali pertinenti – dunque, un *evento*);

⁶ Ancora diversa è l’esperienza della crociera, in cui il mare è cornice o sfondo, laddove la figura – per così dire – è la nave e quello che vi accade. Cfr. il contributo di Giannitrapani (2022, p. 9), che insiste sulla “progressiva focalizzazione dell’esperienza vacanziera verso l’interno” sicché “il mare v[ie]n[e] espunto dal viaggio” per quanto resti “presente sullo sfondo di tantissime attività, inquadrato come elemento pittoresco da cui trarre godimento estetico” Si potrebbe dire, in questo caso, che il mare è una sorta di analogo dello scontornamento delle figure nei meme: serve a isolare ciò che si vuole pertinentizzare (o almeno focalizzare).

⁷ Questo, del resto, accade perfino per le immagini scientifiche, come ha mostrato egregiamente Françoise Bastide (2001, pp. 139-214) – e, prima di lei, con argomenti non semiotici, Ludwig Fleck (2019, pp. 133-154, 251-274).

⁸ Per una caratterizzazione articolata della spiaggia come soglia terra-mare cfr. Bassano (2022), in cui alcuni aspetti che qui mi limito ad accennare sono ampiamente sviluppati, e ve ne sono inoltre vari altri che qui sono assenti.



3. oggetto temporale (decorso temporale di uno stimolo pertinente – normalmente, sonoro – a prescindere dalle coordinate spaziali in cui questo è avvertito).

La spiaggia come oggetto spaziale sarebbe dunque costituita da una certa porzione di sabbia (o di sassi), *più* un tratto di mare, *più* il paesaggio retrostante; la spiaggia come oggetto temporale sarebbe “una giornata al mare” (o anche un tempo più ristretto. In molti, per fortuna, abbiamo ricordi come questo, che ci rendono meno noiose le ore passate a crogiolarsi al sole senza far niente); infine, la spiaggia come oggetto temporale sarebbe il rumore del mare (ma anche, eventualmente, il vociare degli altri bagnanti) avvertito nel dormiveglia o durante l’immersione e il nuoto.

Di fatto, però, la caratterizzazione e la stessa identità delle spiagge sembra più dipendente da quelle che Prieto chiamava “funzioni predicative di relazione”: qualcosa che non fa parte della spiaggia stessa, ma che la definisce. Non solo – come accennavo sopra – un ricordo personale, ma il legame con eventi, situazioni o testi di varia natura. Per esempio, la spiaggia di Cala Luna, nella costa di Baunei⁹, trae molto del suo fascino (*a prescindere* da quanto sia bella – ed è bellissima...!) dal fatto che sia l’ambientazione del film *Travolti da un insolito destino nell’azzurro mare d’agosto* di Lina Wertmüller (1974), così come la spiaggia ragusana di Punta secca è ormai per tutti (o quasi) “la spiaggia dove nuota Montalbano”, ed è denotata da molti con la denominazione (fittizia) di “Marinella”, che riceve nella fiction¹⁰.

Strategie di identificazione come queste sono fondamentali in diversi campi, a partire dal marketing turistico, ma non sono le uniche, come vedremo.

3. Il quadrato del mare

Dopo avere visto i modi (sostanzialmente poco efficaci) in cui il mare può essere caratterizzato come oggetto, poniamoci il problema di un’articolazione semantica interna della categoria. Una strategia che appare produttiva è quella di provare a generalizzare l’opposizione tra gustoso e saporito che Gianfranco Marrone ha costruito per parlare della gastronomia. Riprendiamone i termini, espungendo i riferimenti troppo espliciti al cibo.

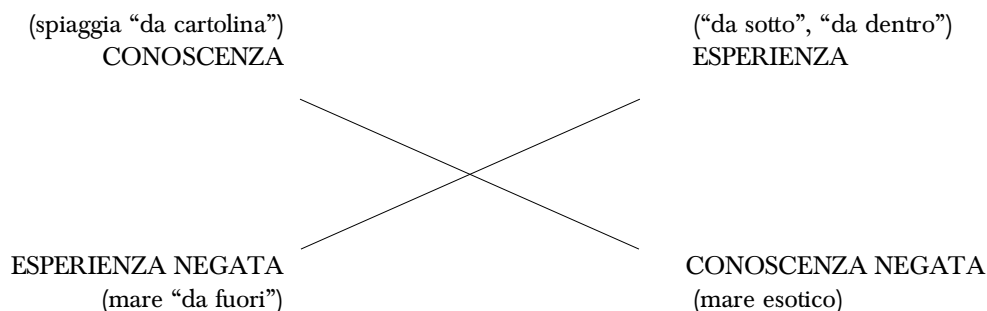
Una cosa è la percezione legata alla dimensione del gustoso (che dalla sensorialità va verso il riconoscimento cognitivo [...], al sapere, alla cultura, un’altra è invece [quella] legata al saporito (sensorialità – anch’essa culturalmente determinata – che mira piuttosto a rilevare parallelismi e inversioni fra le qualità sensibili [...], senza nominarle, senza dar loro una dimensione linguistica) (Marrone 2022, pp. 9-10).

Quale è la pertinenza di questa opposizione? Naturalmente, non si introduce il mare nell’organismo (al massimo, lo si “beve” con gli occhi), ma semmai si introduce il corpo nel mare. E però l’esperienza dell’immergersi nel mare corrisponde con quella del mangiare almeno per le dimensioni sensoriali visiva, tattile e olfattiva (c’è anche quella uditiva, che è più importante per il mare che per il cibo).

⁹ L’espressione “costa di Baunei” potrà apparire strana al lettore, perché Baunei è un paese in montagna. D’altra parte, è difficile definirla in altro modo, giacché si tratta di un litorale roccioso (che va da S. Maria Navarrese a Orosei, nella parte orientale della Sardegna, tra le province di Ogliastra e di Nuoro) in cui si aprono alcune spiagge, bellissime ma difficilmente accessibili (vi si arriva solo via mare, o attraverso ore di trekking, e le presenze sono contingentate). In questo stesso tratto di costa si trovano anche Cala Goloritzé e Cala Mariolu, cui mi riferirò in seguito.

¹⁰ Sulla costruzione dell’universo marino nella fiction (e nei libri) su Montalbano tornerò nel §4, ma solo brevemente. Per informazioni più ampie e prospettive differenti (su questo come su altri aspetti della vasta galassia montalbaniana), cfr. Marrone (2018) e Sturiale, Traina e Zignale (2019).

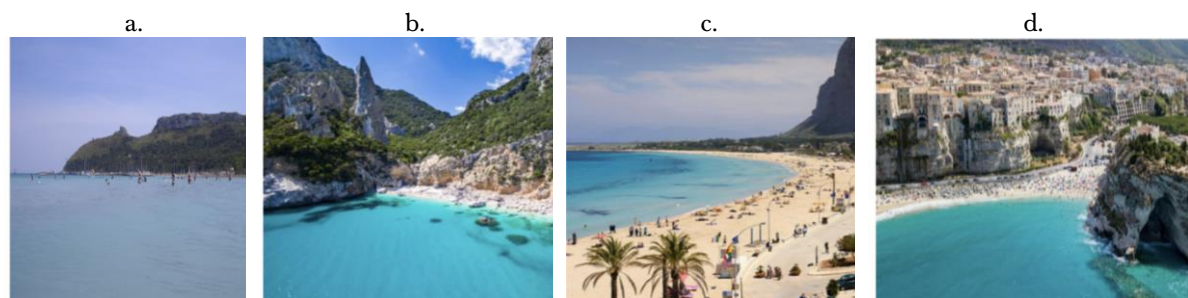
Questo seleziona un nucleo che mi sembra importante: vi è un percorso (“gustoso”) in cui la cognizione precede (e orienta) l’esperienza, e un altro (“saporito”) in cui l’esperienza precede (e orienta) la cognizione. Ma avere una coppia di opposti, come sappiamo, vuol dire avere la chiave per realizzare un quadrato semiotico, che potremmo costruire così¹¹:



Il quadrato si applica non solo e non tanto al mare in sé, quanto alle *spiagge*¹², che sono a un tempo oggetto di conoscenza ed esperienza (effettive o desiderate) e oggetto di marketing (e in questa sede, non mi riferirò separatamente a quest’ultimo aspetto, se non in pochi casi).

Il primo termine è quello del mare *conosciuto* (che potremmo chiamare scherzosamente *mare nostrum*): si tratta di spiagge “da cartolina”, che presentano un’immagine riconoscibile (o un numero relativamente ridotto di immagini riconoscibili), le quali vengono costantemente replicate.

Spesso è un elemento “esterno” (per esempio una roccia o una formazione montuosa con una figura particolare) che ci permette di identificare *quella* spiaggia e di consolidarne l’immagine condivisa. Le Figg. 1a-1b mostrano quattro esempi di spiagge che sono definite anzitutto dalle rocce (o dalle colline) che ne chiudono il perimetro, e che l’occhio cerca istintivamente come riferimento. Questi elementi funzionano insieme come marche indicali (un po’ come la torre di Pisa o il Colosseo) e come formanti plastici che consentono una “chiusura” testuale della spiaggia nella sua apparenza visiva.



Spiaggia del Poetto (CA) con profilo della sella del diavolo.

Cala Goloritzé (costa di Baunei, OG).

Spiaggia di S. Vito Lo Capo (TP).

Tropea (VV): paese, spiaggia e faraglione con la basilica.

Fig. 1

¹¹ In questo schema, “cognizione” è un modo abbreviato per dire “percorso dalla cognizione all’esperienza”, ed “esperienza” è un modo abbreviato per dire “percorso dall’esperienza alla cognizione”.

¹² Sulle spiagge vedi ora l’importante contributo di Bassano (2022), che prende in esame diversi aspetti che qui io non posso nemmeno accennare (né, del resto, avrei saputo sviluppare allo stesso modo).

La spiaggia cittadina del Poetto (Fig. 1a) viene chiusa da una collina detta “Sella del diavolo” per il suo profilo particolare¹³, che segna in qualche modo l’inizio della spiaggia, ma anche la fine della città (e la separazione tra spiaggia e porto); Cala Goloritzé (Fig. 1b) è caratterizzata soprattutto da una roccia a punta, che rompe la simmetria (e la prospettiva) di chi si avvicina via mare; San Vito Lo Capo (Fig. 1c) è quasi “sorvegliata” da una collina con una parete a picco sul mare; la spiaggia di Tropea (Fig. 1d), infine, è in qualche modo “schiacciata” tra le rocce-bastioni su cui è edificata la cittadina e il gigantesco faraglione su cui sorge la chiesa di S. Maria dell’Isola.

Passiamo ora al secondo termine, il mare “esperito”. Densità, salinità, temperatura, odore (e altri) sono invece elementi che non entrano nella descrizione visiva (e non solo): bisogna esperirli per poi eventualmente arrivare a una categorizzazione. In questo caso un’apprensione complessiva, “esterna”, del luogo fatto ha poco senso (per varie ragioni): più rappresentativo (o più efficace a livello di marketing) risulta riprodurre in qualche modo le condizioni dello *stare nell’acqua*, sia presentando immagini che rappresentino la prospettiva del soggetto sia rappresentando il soggetto stesso nel contesto. Un buon esempio può essere la spiaggia di Cala Mariolu. A differenza di altre spiagge della costa di Baunei, essa non ha un profilo particolarmente riconoscibile, ma – oltre al colore dell’acqua (dato dai sassolini bianchi sul fondo che riflettono la luce del sole, e che accentuano l’effetto di trasparenza) – ha un’altra caratteristica ben nota: una colonia di pesci “addomesticati”, per così dire, che restano sulla riva, sono abituati alla presenza degli umani, e si fanno nutrire di buon grado. Dunque sono proprio questi pesci i protagonisti delle immagini che definiscono la spiaggia (e la sua esperienza), tanto dal punto di vista di chi la compie (Fig. 2a) che includendo il soggetto come elemento dell’esperienza (Figg. 2b, 2c)¹⁴.

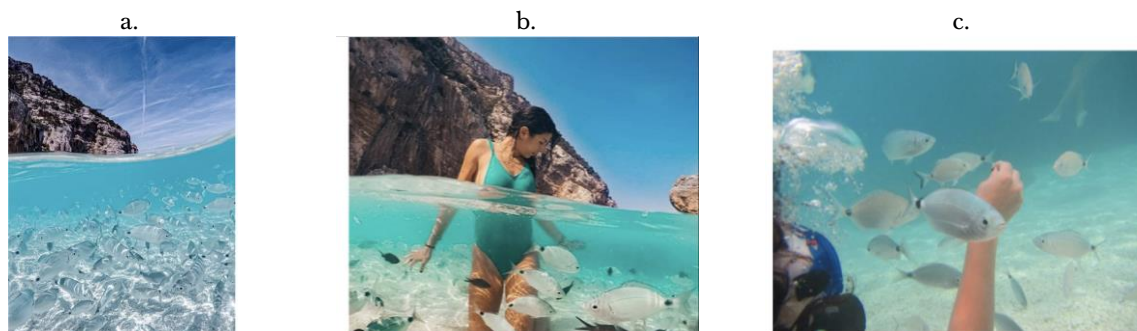


Fig. 2 – Pesci a Cala Mariolu (Costa di Baunei, OG).

Il terzo termine – l’esperienza del mare *negata* – non necessita (quasi per definizione) di immagini esplicative. In quel caso, abbiamo con il mare il rapporto che tutti abbiamo con certe persone: ci stiamo benissimo, ma *a una certa distanza*. Questa figura può declinarsi di volta in volta come:

1. un’impossibilità soggettiva (gli esempi sono innumerevoli, a partire da *Falsetto* di Montale (1984, p. 15), che guarda Esterina tuffarsi “tra le braccia del tuo divino amico”, e conclude ascrivendosi alla “razza di noi che rimaniamo a terra”)
2. un’impossibilità oggettiva (è il vasto territorio del sublime dinamico kantiano, ma anche il fascino perenne del mare d’inverno, che è bello soprattutto perché *non ci si può entrare*)

¹³ La denominazione è legata alla leggenda per cui, in seguito a uno scontro tra S. Michele Arcangelo e il diavolo stesso, quest’ultimo sarebbe precipitato sulla collina, causando l’affossamento che ne caratterizza il profilo.

¹⁴ Naturalmente, si tratta di un’arma a doppio taglio. Sono segnalati casi in cui immagini dei pesci nella spiaggia di Cala Mariolu sono state utilizzate per pubblicizzare il mare di altri luoghi (per esempio, della Grecia: www.vistanet.it/cagliari/2019/08/08/cala-mariolu-finisce-in-grecia-la-spiaggia-gioiello-della-sardegna-usata-come-pubblicita-per-corfu-ma-non-e-la-prima-volta/)

3. il rifiuto esplicito del mare come ambientazione, in contesti dove pure il mare è vicino e incombente (che si trova come costante – a prima vista sorprendente – in tanta narrativa di autori insulari, da Deledda a Sciascia a Niffoi).

Il quarto termine – la cognizione negata – definisce il mare *esotico*. Per qualificare in questo modo la spiaggia e il mare, è essenziale che lo si pensi (e lo si mostri) come qualcosa *che non si sa dove comincia e dove finisce*. Chi provi a compiere l'esperimento di digitare "mare esotico" su Google immagini sarà posto di fronte a una serie di immagini come quelle della Fig. 3, in cui abbiamo una semplice costruzione plastica di quattro elementi (cielo, sabbia, mare, vegetazione) che non concorrono a costruire una forma (o una forma particolare), ma vivono solo dei loro rapporti cromatici, topologici ed eidetici (e anzitutto della loro compresenza). Se figurativo ci sarà, sarà ridotto al minimo (una palma-esempio, come in Fig. 3a); negli altri casi, ciò che conta sarà la costruzione orizzontale (Fig. 3a, 3d) o verticale (Fig. 3b, 3c), con possibilità di variazione minima (come l'esclusione della vegetazione e l'inclusione del profilo costiero sullo sfondo, come nella Fig. 3d). Il mare così definito è anzitutto un'*eterotopia*: non questo o quel luogo, ma un altrove con una consistenza quasi onirica.



Fig. 3 – Immagini di spiagge esotiche.

Non ho qui lo spazio (né le capacità) di mostrare la pertinenza o la capacità euristica di questa classificazione per ragionare sui modi di vedere il mare nella letteratura e nelle arti¹⁵; mi limiterò a una precisazione, forse superflua, ma comunque importante.

L'appartenenza di una spiaggia/mare a una delle quattro categorie non dipende solo dalle sue caratteristiche intrinseche (che comprendono la localizzazione geografica) non è data per sempre e anzi, in certi casi, può essere utile (anche a livello di marketing, quando si tratti di "vendere il mare") variare rispetto alle aspettative. La Fig. 4 illustra due esempi di questa strategia di "inversione":

1. nell'esempio 4a (la copertina di un numero recente di una rivista di ambiente e turismo) si adotta una politica fin troppo sfruttata per pubblicizzare le spiagge sarde: l'idea di avere un mare esotico (fotografato conseguentemente), ma "sotto casa"¹⁶;
2. nell'esempio 4b, la politica è opposta: la spiaggia di Maya Bay è una spiaggia *davvero* esotica (il cui profilo è però riconoscibile perché è l'ambientazione del film *The Beach*, di Danny Boyle del

¹⁵ Vorrei però fare almeno un accenno all'ambito (apparentemente) più effimero e più superficiale, ma che proprio per questo è ricco di spunti e indizi per una caratterizzazione dell'immaginario sulle spiagge e sul mare: la musica leggera. Una rapida ricognizione nella memoria di ciascuno basterà a trovare esempi ascrivibili chiaramente ai quattro termini del quadrato. Per il mare cognito è fin troppo facile citare *Stessa spiaggia, stesso mare* (1963), resa celebre da Mina e Eduardo Vianello; per il mare esperito, *Dolcenera* (1996) di Fabrizio de André (che descrive l'esonazione di un torrente – ma è un torrente *che rende la terra come il mare*); per l'esperienza negata, *Il mare d'inverno* (1983) di Enrico Ruggeri; per il mare esotico, *In qualche parte del mondo* (1967) di Luigi Tenco o *Poster* (1975) di Claudio Baglioni. Ma gli esempi, naturalmente, sono innumerevoli (e il lettore ne saprà trovare di migliori).

¹⁶ Questo modo di presentare la Sardegna è però particolarmente irritante per chi conosce i costi e i disagi dello spostarsi spesso dall'isola al continente, e viceversa (e sa che spiagge davvero esotiche sono a volte, paradossalmente, più abbordabili dei luoghi in cui si vive, o in cui si è nati).

2000, con protagonista Leonardo di Caprio), ma è presentata come mare cognito (con i turisti e le imbarcazioni) proprio per significare l'*accessibilità* di un luogo pure fisicamente tanto lontano.

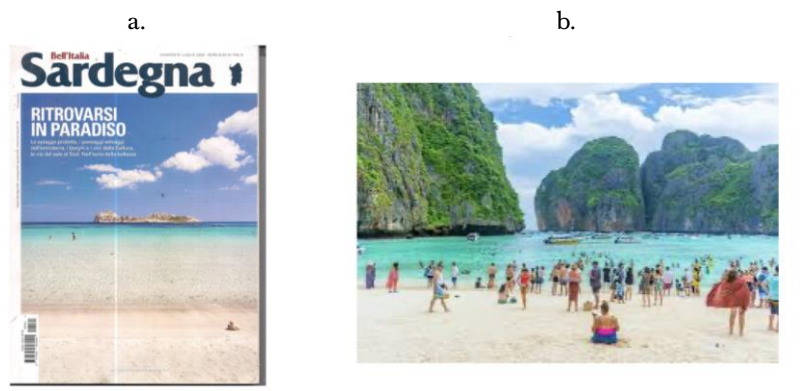


Fig. 4 – Esempi di “inversione” delle categorie del quadrato del mare.

4. Un mare per (non) pensare: mare e *musement*

Prima di arrivare alle mie conclusioni, vorrei sviluppare un aspetto legato a una delle diagonali del quadrato, quella che oppone l'esperienza del mare alla negazione di quella stessa esperienza. Questa opposizione si dimostra particolarmente pertinente in relazione a un tema rilevante per il marketing turistico, ma ancor più (e primariamente) per la letteratura, la filosofia e la scienza. Si tratta del *musement*, ovvero il particolare esercizio di rilassamento mentale che prelude a una prestazione intellettuale e avvicina all'idea di una dimensione divina. Sotto quest'aspetto, come si sa, l'aveva presentato Peirce (1908), mentre gli studi successivi – a partire da Eco e Sebeok (1983) – hanno insistito sul valore strumentale del *musement* per il lavoro del medico, e soprattutto del detective, che hanno necessità di “ripulire” la mente dalle ipotesi preconcepite, per permettere a quelle “giuste” di affacciarsi spontaneamente alla soglia della coscienza, e in fretta. Per questo, una parte importante di ciò che genericamente chiamiamo “creatività” consiste nel prendersi cura della propria mente (senza dimenticarsi che non siamo cervelli disincarnati) e metterla nelle condizioni di lavorare al meglio.

Vorrei dunque proporre un esempio, mettendo in opposizione due produzioni televisive italiane recenti, di valore ineguale¹⁷: la lunga serie di episodi (1999-2021), con protagonista Luca Zingaretti, tratti dai libri di Andrea Camilleri su Montalbano, prodotti dalla Palomar e messi in onda sui canali Rai, e la serie “L'isola di Pietro”, con protagonista Gianni Morandi, prodotta da RTI e Lux Vide e trasmessa sulle reti Mediaset per tre stagioni (2017-2019). Le due produzioni – entrambe legate a una commissione pubblica a fini di promozione turistica – si oppongono però per tanti motivi: nella prima un'ambientazione fittizia (“costruita” e “montata” mettendo insieme vari luoghi della provincia di Ragusa e di quella di Siracusa) viene creata per corrispondere a un'ambientazione letteraria diversa¹⁸, ma “lasca” quanto basta per non essere stridente rispetto a quella architettata per la fiction; nel secondo caso, non vi è alcun testo preesistente, ma la sceneggiatura è costruita per corrispondere a un'ambientazione definita, cui manca solo il nome (che è comunque richiamato nel titolo)¹⁹ per arrivare a una situazione di realismo assoluto.

¹⁷ Sviluppo qui un esempio già abbozzato in Fadda (2019, pp. 177-178).

¹⁸ Nella serie dei romanzi editi da Sellerio, Vigata corrisponde pressappoco a Porto Empedocle (paese natale di Camilleri), e Montelusa ad Agrigento.

¹⁹ Il luogo di ambientazione della fiction è l'isola di S. Pietro, nel sud-ovest della Sardegna (con Carloforte come unico centro abitato). Non viene nominata, ma vi sono riferimenti espliciti ai centri abitati di Carbonia e Cagliari.

Ma l'aspetto su cui vorrei concentrarmi è quello della diversa modalità di musement marittimo esibita dai due protagonisti (e che costituisce un pilastro della strategia di marketing turistico messa in atto)²⁰. Come si è detto sopra, esso si snoda sull'asse che oppone l'esperienza all'esperienza negata, e i due poli sono esemplificati dalle pratiche messe in atto dai personaggi (ed esemplificate dagli attori): di fatto Zingaretti/Montalbano per pensare *nuota*, mentre Morandi/Pietro per pensare *corre* – vicino al mare, sopra il mare, ma (ovviamente), non *nel* mare.

In entrambi i casi questo sembra frutto di una scelta precisa. Vediamo perché, iniziando dal caso di Montalbano. Sappiamo che il protagonista dei libri di Camilleri ha una fisicità diversa rispetto a Luca Zingaretti: è più alto (con i capelli e i baffi), ma forse meno prestante, e quando ha bisogno di pensare fa lunghe passeggiate sul molo²¹. Zingaretti ha invece un fisico più compatto, adatto al nuoto, e questo permette di realizzare determinate inquadrature e movimenti di macchina che valorizzano la spiaggia e il mare dove nuota (Fig. 5a). Nel caso di Morandi, la scelta sembra dettata da esigenze almeno parzialmente differenti²²: dunque si è scelto un attore che, sebbene abbia un fisico abbastanza minuto, ha doti podistiche (conosciute dal pubblico, che lo ha visto, per esempio, cimentarsi in diverse maratone), e può dunque prestarsi a una rappresentazione del territorio ben diversa (e sostanzialmente corretta: l'isola di S. Pietro è un dedalo di sentieri naturalistici che sembrano fatti apposta per gli amanti del trekking), in cui l'acqua rimane, per così dire, sullo sfondo (Fig. 5b).



Fotogramma dal teaser sui nuovi episodi della serie su Montalbano (2018)²³.

Fotogramma dalla sigla della seconda stagione de "L'isola di Pietro".

Fig. 5

Si tratta, dunque, di una strategia di posizionamento rispettivo come quelle analizzate a suo tempo da Floch (1995). Ma ciò che in questa sede ci interessa di più è ciò che questa strategia mette in evidenza: la qualità del musement (il che non vuol dire l'efficacia, naturalmente) cambia molto da una situazione all'altra. Nel primo caso, si tratta di un musement immersivo, panico per così dire, e il corpo nell'atto di fendere l'acqua è immagine di una discontinuità che viene tracciata nel continuo (dunque, l'immagine

²⁰ In opposizione al musement marittimo, possiamo immaginare anzitutto un musement montano, dove l'ampiezza degli spazi e degli orizzonti la fa da padrona, ma le condizioni climatiche e metereologiche sarebbero ben diverse – e soprattutto, mancherebbe il mare. All'estremo opposto, vi sono forme di musement urbano, da praticare in spazi angusti, in perfetta solitudine o inghiottiti dalla folla.

²¹ A porto Empedocle, in effetti, vi è un lungo molo (mentre raramente i moli vengono inquadrati nella fiction), e in paese è visibile anche una statua dedicata a Montalbano, ritratto con le fattezze che ha nei libri.

²² Non è possibile dire quanto questo tipo di posizionamento sia il frutto di una scelta di contrapposizione esplicita, e quanto invece sia frutto di necessità dettate dalla committenza. Ai fini dell'analisi, l'opposizione rimane indicativa.

²³ Il teaser completo (in cui si vede Zingaretti/Montalbano nuotare, prima di fermarsi a fare il morto a galla) è disponibile qui: www.facebook.com/watch/?v=1667919026580474.



stessa, per Peirce, di un qualche livello di cognizione)²⁴; nel secondo, il ruolo del corpo è più attivo (il che è reso ulteriormente evidente dal cane che segue), ma si muove attraverso percorsi in qualche misura tracciati, e il caos/mare (affascinante ma pericoloso) viene lasciato sullo sfondo²⁵.

5. Conclusione: il mare e l'onniformità

Alla luce di quanto detto finora, possiamo ritornare ancora una volta – l'ultima – alla prosa di Matvejić, e riprendere per esteso il passo la cui conclusione ho scelto come exergo.

Le immagini del mare e tutto ciò che si trova lungo la sua distesa, i suoi stati, i riflessi del cielo, del sole e delle nuvole su di esso, i colori che assume il fondo degli abissi e i luoghi dove invece l'acqua è bassa, la pietra, la sabbia e le alghe sul fondo, i punti scuri e trasparenti lungo la costa o lontano da essa, i paesaggi intermedi, il mare del mattino e quello della sera, quello diurno e quello notturno, quotidiano ed eterno (si potrebbero aggiungere molti aggettivi che di solito vengono adoperati – ahimè – per simili descrizioni) ognuno ha la sensazione di aver qualcosa da dire del mare e del suo aspetto e che si tratti di una cosa effettivamente importante (Matvejić 2004, p. 59).

Le parole dello scrittore croato appaiono come un inno alla voglia di dire e all'impossibilità di dire (o almeno di dire tutto). Quest'esigenza riporta al dibattito sulla cosiddetta (soprattutto in seno alla tradizione italiana) "onniformità", ovvero la capacità delle lingue storico-naturali di far fronte in qualche modo – o, secondo alcuni, di esprimere senz'altro in maniera compiuta – a ogni contenuto di coscienza²⁶. Se nella tradizione strutturalista di area francese questa idea è stata spesso trattata alla stregua di un dogma, enunciato una volta per tutte e da non mettere in discussione, nella semiotica italiana degli anni 60 e 70 (caratterizzata da un proficuo dialogo con l'estetica, e memore, tra gli altri, della lezione di Pagliaro: cfr. Fadda 2017) è stata oggetto di un dibattito concluso (o almeno sintetizzato) da Tullio De Mauro (1982, pp. 135-136). Il linguista di Torre Annunziata ha notato come, se da una parte sarebbe ingenuo ragionare su un'idea di effabilità totale, dall'altra non possiamo mai, *a priori*, porre limiti al campo dell'effabile. Inoltre, questo campo non è dato una volta per tutte, e se non lo possiamo mappare è perché siamo capaci di ampliarlo in maniera – se non infinita – indefinita. Anzi, questo è una sorta di compito etico che la lingua – "prodotto sociale" di tutti e di nessuno: cfr. Saussure (1922, p. 19) – ci assegna nella nostra qualità di parlanti:

Una lingua, per dir così, ci costringe o, perlomeno, ci sospinge sempre a essere adeguati alle situazioni. Ci sospinge sempre a riscoprirci esseri umani tra gli altri, non più sapienti degli altri perché tutti indefinitamente capaci di accrescere, nella lingua e con la lingua, il nostro sapere. Il fatto è che non siamo in grado di indicare qual è il tipo, qual è la qualità di un piano d'esperienza che non possa trovare posto tra i contenuti dicibili con le parole e frasi di una lingua (De Mauro 1982, p. 136).

Proprio il mare rappresenta, in questo senso, una sfida forte, ben colta da Matvejić: *vogliamo* dire, pensiamo che ci sia qualcosa di importante da dire, e però arriviamo sempre fino a un certo punto. Ma è davvero un male? Nel testo che abbiamo visto sopra, dopo una breve elencazione di antonimi – secondo il modulo "bachelardiano" che abbiamo introdotto all'inizio – c'è una parola apparentemente

²⁴ È impossibile qui perfino accennare alla questione della continuità matematica nella filosofia di Peirce, e ai suoi risvolti logici, semiotici e metafisici. Rimando dunque il lettore a Fadda (2013), dove si trova anche una bibliografia specifica.

²⁵ La contrapposizione tra queste due forme di musement e di rapporto col mare rende ancora più emblematica la fine dello scrittore Sergio Atzeni (1952-1995), sbattuto dalle acque sulla scogliera della Conca, proprio nell'isola di S. Pietro.

²⁶ Come è noto, il termine deriva dall'affermazione, presente nei *Fondamenti* di Hjelmslev, per cui la lingua ha la capacità di "formare qualunque materia" (Hjelmslev 1943, p. 117).



fuori luogo, un'interiezione che non ci aspetteremmo: “ahimè”. L'autore insinua dunque (neanche tanto velatamente) che seppellire la realtà esperita del mare sotto una catasta di aggettivi non renda un gran servizio al mare stesso, che forse di tutte quelle parole non sa che farsene.

Ma allora il mare è un simbolo enantiosemico anche, per così dire, al livello meta- dell'onniformatività: se da una parte ci fa urlare il bisogno di pertinenze nascoste ma fondamentali, dall'altra ci inchioda all'ultima proposizione del *Tractatus* – o, più modestamente, al De André che consigliava di “non spalancare le labbra ad un ingorgo di parole” – e ci ricorda che il silenzio ben inteso fa parte del dire, e talvolta ne è la parte più importante²⁷.

²⁷ È quasi superfluo osservare come questa duplicità riprenda quella sviluppata sopra: la spinta alla verbalizzazione corrisponde alla modalità “gustosa” del mare (quella in cui è la cognizione a orientare l'esperienza), mentre la spinta al silenzio – o alla reticenza – è la modalità “saporita”, che invita a godere i vari aspetti dell'esperienza “senza dar loro una dimensione linguistica” (Marrone 2022, p. 19).



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Bachelard, G., 1942, *L'eau et les rêves*, Paris, Livre de Poche, ed. 1993.
- Bassano, G., 2022, "Spiagge. Cinque discorsi tra sostanze e forme della soglia terra/mare", in *E/C*, n. 36, pp. 19-35.
- Bastide, F., 2001, *Una notte con Saturno. Scritti semiotici sul discorso scientifico*, Roma, Meltemi.
- De Mauro, T., 1982, *Minisemantica dei linguaggi non verbali e delle lingue*, Roma-Bari, Laterza.
- Eco, U., 1997, *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani.
- Eco, U., Sebeok, Th., 1983, *Il segno dei tre. Dupin, Holmes, Peirce*, Milano, Bompiani.
- Fadda, E., 2013, *Peirce*, Roma, Carocci.
- Fadda, E., 2017, "L'onniformatività *made in Italy*: l'approccio strutturale e la lezione di Pagliaro", in *Blyturi* vol. 6, n. 1, pp. 117-130.
- Fadda, E., 2019, "Montalbano e il *musément* mediterraneo", in M. Sturiale, G. Traina, A. Zignale, a cura, 2019, pp. 163-181.
- Fleck, L., 2019, *Stili di pensiero. La conoscenza scientifica come creazione sociale*, a cura di F. Coniglione, Milano, Mimesis.
- Floch, J.-M., 1995, *Identités visuelles*, Paris, PUF; trad. it. *Identità visive*, Milano, FrancoAngeli 1997.
- Forster Wallace, D., 2017, *Questa è l'acqua*, Torino, Einaudi.
- Giannitrapani, A., 2022, "The Love Boat. La crociera come eterotopia", in *E/C*, n. 36, pp. 7-18.
- Hjelmslev, L., 1943, *Omkring sprogtheoriens grundlaeggelse*, Copenhagen; trad. it. *Fondamenti della teoria del linguaggio*, a cura di G. C. Lepschy, Torino, Einaudi 1968.
- Magris, C., 2004, "Per una filologia del mare", in P. Matvejević, 2006, pp. 7-12.
- Marrone, G., 2018, *Storia di Montalbano*, Palermo, Edizioni Museo Pasqualino.
- Marrone, G., 2022, *Gustoso e saporito*, Milano, Bompiani.
- Matvejevic, P., 1987, *Mediteranski Brevijar*; trad. it. *Breviario mediterraneo*, Milano, Garzanti 2006.
- Montale, E., 1990, *Tutte le poesie*, Milano, Mondadori.
- Peirce, Ch. S., 1908, *A Neglected Argument for the Reality of God*; trad. it. in Id., *Opere*, a cura di M. A. Bonfantini, Milano, Bompiani 2003, pp. 1233-1254.
- Prieto, L. J., 1966, *Messages et signaux*, Paris, PUF.
- Prieto, L. J., 1975, *Pertinence et pratique*, Paris, Minuit.
- Prieto, L. J., 2021 [1991], *Soggetto e oggetti*, a cura di E. Fadda, Roma, Luca Sossella.
- Rossi-Landi, F., 1968, "Sui segni del mare", in *Il mondo/il mare*, Athanor, VII, 7, 1996, Ravenna, Longo, pp. 22-27.
- Saussure, F. de, 1922, *Cours de linguistique générale*, a cura di Ch. Bally e A. Sechehaye, Paris/Genève, Payot; trad. it. *Corso di linguistica generale*, a cura di T. De Mauro, Roma-Bari, Laterza 1967.
- Sedda, F., a cura, 2020, *Isole*, Roma, Meltemi.
- Sturiale, M., Traina, G., Zignale, M., a cura, 2019, *Ragusa e Montalbano*, Leonforte, Euno (2 volumi).
- Toso, F., 2020, *Il mondo grande. Rotte interlinguistiche e presenze comunitarie del genovese d'oltremare. Dal Mediterraneo al mar Nero, dall'Atlantico al Pacifico*, Alessandria, Dell'Orso.
- Wittgenstein, L., 1922, *Tractatus logico-philosophicus*, Oxford, Blackwell; trad. it. *Tractatus logico-philosophicus*, a cura di L. Perissinotto e P. Frascolla, Milano, Feltrinelli.