

La società degli oggetti
Problemi di interoggettività
a cura di Eric Landowski e Gianfranco Marrone

Presentazione

Gianfranco Marrone

Dal design all'interoggettività: questioni introduttive

Eric Landowski

Dalla parte delle cose

PRIMA PARTE. GLI OGGETTI FRA LORO

Andrea Semprini

Oggetti senza frontiere

Giorgio Grignaffini e Eric Landowski

L'arredamento di uno spazio abitabile

Jacques Fontanille

La patina e la connivenza

Guido Ferraro

Meccaniche dell'immaginario

SECONDA PARTE. GLI OGGETTI, MEDIATORI FRA SOGGETTI

Maria Pia Pozzato

La spesa al supermercato : libertà e costrizioni nel tempio moderno delle merci

Lucia Corrain

Gli oggetti in pittura : un esempio di interoggettività "matrimoniale"

Michela Deni

In treno. Oggetti, spazi e configurazioni interoggettive

Nicola Dusi, Gianfranco Marrone, Federico Montanari

Il telefonino: avventure di un corpo tecnologico

APPENDICE

Bruno Latour

Una sociologia senza oggetto ? Problemi di interoggettività

1. *Forma/funzione*

Gran parte delle questioni riguardanti il design ruota intorno alla dicotomia funzione/forma dell'oggetto, quindi alla difficoltà di conciliare le esigenze strumentali degli oggetti con il piacere estetico che essi potrebbero o dovrebbero procurare. Il lavoro del designer – si dice – è quello di progettare cose che siano al tempo stesso utili e belle, comode e gradevoli, funzionali e piacevoli. Come costruire una lampada (una sedia, un'automobile, un telefono portatile) che sia al tempo stesso uno strumento della vita quotidiana e un bell'oggetto? Come coniugare i bisogni con i desideri, l'operatività con la contemplazione, il fare con l'essere? E inoltre: in che modo l'attuale società di massa, sempre più fondata sull'immaterialità della comunicazione, ha modificato il nostro rapporto con gli oggetti, e con esso i nostri stessi bisogni e desideri? sino a che punto, cioè, consumo e comunicazione, usi e significati degli oggetti si trovano oggi a coincidere?

Fra le numerose risposte che sono state date a questi interrogativi, quelle offerte della prospettiva d'indagine semiotica meritano un'attenzione particolare: non solo perché è da pochi anni che gli addetti ai lavori iniziano a recepirle, ma soprattutto per il fatto che esse discutono questo genere di problemi all'interno di una riflessione antropologica e sociologica di ampio respiro.

2. *Funzione/senso*

Di semiotica degli oggetti e, in particolare, del design si parla in verità da diversi decenni. Basti pensare al fatto che Roland Barthes propone le sue prime indagini semiologiche giusto a partire da una mitologia della vita quotidiana². La semiologia, del resto, sorge in Europa tra gli anni Cinquanta e i Sessanta non solo grazie al lavoro di filologi, etnologi e linguisti, ma anche grazie a una riflessione sociologica sulle valenze significative di automobili come la DS (*déesse*) Citroën, di piatti nazionali come la bistecca con patate fritte, di bambole che parlano, di oggetti da cucina in plastica e, naturalmente, di tutto ciò che costituisce l'abito di moda.

La società di massa, pensa Barthes, prospera intorno a un paradosso semiologico³. Da un lato essa trasforma gli oggetti in segni di se stessi: se indosso un impermeabile comunico che temo la pioggia, se bevo il vino rosso do mostra della mia "francesità", se uso una bacinella in Moplen è perché voglio essere "moderno". La funzione concreta, immediata, spontanea dell'oggetto finisce per essere assorbita da un senso più o meno

¹ In *La società degli oggetti*, a cura di E. Landowski e G. Marrone, Roma, Meltemi 2002.

² Barthes (1957).

³ Barthes (1964).

implicito che esso veicola, da un significato che rinvia proprio a quella funzione, senza però realmente o necessariamente attuarla. In altre parole, dice Barthes⁴, “c’è sempre un senso che va oltre l’uso dell’oggetto”: per quanto un’automobile serva per spostarsi da un luogo all’altro, essa sta lì a dirci che serve – appunto – come strumento di trasporto, anche se in effetti non c’è nessuno che ha bisogno o voglia d’esser trasportato. Il problema è però che – da un altro lato – la medesima società che ha lavorato per produrre quest’ipertrofia del senso, che ha convertito l’uso in segno di questo uso, si adopera per nascondere, presentando gli oggetti-segno come semplici oggetti, rifiutandosi di ammetterne la significazione in nome di una naturalità tanto improbabile quanto esibita. Se chiedete a qualcuno perché va sempre in giro in quell’automobile, risponderà che proprio non ne può fare a meno, e vi illustrerà con dovizia di particolari le mirabilie di quell’oggetto profondamente mitologico⁵.

Il ruolo di una semiotica degli oggetti è quello di rendere palese un simile paradosso, individuando dietro la falsa evidenza della strumentalità delle cose la loro significazione profonda, il loro alibi naturalistico. È per questo che – dice sempre Barthes⁶ – “se dobbiamo studiare il senso degli oggetti, dobbiamo dare a noi stessi una sorta di scossa, di distacco, per oggettivare l’oggetto, strutturare la sua significazione”. È così che il sistema degli oggetti costruito dalla nostra società – sostiene Baudrillard⁷ – rende possibile una “critica dell’economia politica del segno”, dove l’alternativa marxista tra valore d’uso e valore di scambio viene sostituita da quella tra aspetti significanti e contenuti significati dell’oggetto.

Del resto, da un punto di vista specificamente semiotico, discutere la questione della relazione tra forma e funzione, tra estetica e strumentalità implica innanzitutto aver chiaro quali effettivamente siano i ruoli degli oggetti e in che modo le forme di quegli oggetti contribuiscano a significarne tali ruoli. Alla luce dell’ipotesi barthesiana, più che porsi il problema tipicamente funzionalista del modo in cui la forma di un certo oggetto può agevolare la sua determinata funzione, sarà più proficuo analizzare in che modo quella forma *significhi* quella funzione, a prescindere dal fatto che essa venga usata o meno.

3. Denotazione/connotazione

Questa prospettiva d’indagine pone però un nuovo problema, su cui si è soffermato Umberto Eco a partire da una discussione sul linguaggio dell’architettura: quello della differenza tra la denotazione e la connotazione degli oggetti, tra i significati primi (espliciti) e i significati secondi (impliciti) da essi veicolati⁸. Se, come dice Barthes, un oggetto significa in primo luogo la sua funzione (livello denotato), è anche vero che in secondo luogo esso rinvia ad altri significati, assume cioè “valori simbolici” di carattere sociale e culturale (livello connotato): “Una sedia – scrive Eco – mi dice anzitutto che posso sedermi sopra. Ma se la sedia è un trono, non deve servire solo a sedermi: serve a far sedere con una certa dignità. Serve a corroborare l’atto del ‘sedere con dignità’ attraverso una serie di segni accessori che connotino la regalità (aquile sui braccioli,

⁴ Barthes (1966: 40 trad. it.).

⁵ Sull’automobile come mito domestico, cfr. anche Barthes (1963).

⁶ Barthes (1966: 42 trad. it.).

⁷ Baudrillard (1968, 1972).

⁸ Eco (1968: 191-249).

spalliera alta sormontata da corona, eccetera)”⁹. Questo non varrà, ovviamente, solo nel caso particolare del trono, ma anche in quello delle antiche sedie artigianali di legno, degli sgabelli in formica da tinello piccolo-borghese o delle poltrone in pelle umana del direttore di Fantozzi.

A ben guardare però, argomenta ancora Eco, anche le connotazioni dell’oggetto sono in qualche modo delle funzioni, a patto di non intendere il termine “funzione” “nel senso restrittivo che gli assegna il funzionalismo classico”¹⁰. Un oggetto non significa solo la sua funzione prima e immediata; significa qualcosa d’altro, comunica per esempio lo stato sociale di chi se ne serve o, più precisamente, di chi ha la pura possibilità di servirsene. La questione è che, a ben vedere, questa funzione seconda è molto spesso, per così dire, più funzionale della prima, è cioè la reale funzione dell’oggetto. Per riprendere un altro esempio di Eco: “è chiaro che rispetto al vestito quotidiano (che serve a coprire), l’abito da sera [...] è ‘funzionale’ perché, grazie al complesso di convenzioni che connota, permette certi rapporti sociali, li conferma, ne mostra l’accettazione da parte di chi con esso comunica il proprio rango, la propria decisione di sottostare a certe regole, eccetera”¹¹.

4. Separazione/ritrovo

Sin qui il dibattito tra gli studiosi di semiotica e gli esperti di design si è sviluppato con una certa vivacità. Tra gli anni Sessanta e i Settanta le riflessioni di Barthes, Baudrillard ed Eco si sono incrociate con quelle di altri autori che, sia nel campo della semiotica sia in quello del design, hanno discusso e sostanzialmente accettato il superamento del funzionalismo empirico classico in nome di una visione simbolica degli oggetti e dei loro rispettivi usi. Per restare soltanto in ambito italiano, basti pensare agli scritti di Munari, De Fusco, Maltese, Dorfles, Maldonado, Rossi-Landi e Calabrese, che in vario modo hanno fatto interagire la dicotomia tradizionale del design forma/funzione con quelle, tipicamente semiolinguistiche, di significante/significato, denotazione/connotazione, codice/messaggio e simili.

Dopo quel periodo sembra però che il dibattito – soprattutto in Italia – si sia esaurito, che la semiotica non abbia più suscitato l’interesse dei designer e, viceversa, la questione della produzione oggettuale non abbia più incuriosito i semiologi. Da un lato, infatti, l’attenzione dei primi è stata per lo più assorbita da altri interessi, tra i quali soprattutto la *querelle* sul postmoderno, sul banale o sul citazionismo e, più recentemente, sugli oggetti immateriali e la cosiddetta realtà virtuale¹². Da un altro lato, invece, i secondi hanno sostanzialmente rinunciato alle esplorazioni sui vari “linguaggi” sociali attraverso categorie mutuare dalla linguistica, in nome di un impianto teorico più solido, e proprio per questo di minore immediata comprensione ai non addetti ai lavori. È così che nel corso degli anni Ottanta e nei primi anni Novanta – fatte salve le solite eccezioni¹³ – tra i due campi ci sono stati un reciproco disinteresse e una sostanziale chiusura.

Tuttavia, di recente le cose sembrano essere nuovamente cambiate, almeno sul versante semiotico. Grazie a una salutare, lunga chiusura in se stessa, la scienza delle

⁹ Eco (1968: 206).

¹⁰ Eco (1971: 160).

¹¹ Eco (1968: 206).

¹² Cfr. Maldonado (1987, 1992).

¹³ Cfr. Umiker-Sebeok (a cura) (1987: 41-71); Calabrese (1993: 53-81); Van Onck (1994: 89-180).

significazioni ha elaborato un impianto teorico e un metodo d'analisi utilizzabili in sfere della comunicazione sociale come la televisione, la pubblicità, il marketing e, appunto, il design. Non si tratta di pure applicazioni di una griglia precostituita ad altre aree di ricerca, quanto di un progressivo allargamento di campo teso a esplorare, oltre che le strutture dei testi (fiabe, romanzi, film, trasmissioni televisive etc.), anche quelle di quegli altri sistemi e processi che si presentano sotto forma di eventi o di situazioni, di interazioni faccia a faccia o dei più disparati "contesti" comunicativi. Fenomeni quali la conversazione, l'abbigliamento, la disposizione degli spazi urbanistico-architettonici o la progettazione oggettuale, con le loro resistenze e le loro specificità, portano infatti la semiotica a farsi *sociosemiotica*, dotandosi di nuovi, sempre più raffinati strumenti di lavoro da affiancare alle tradizionali tecniche di ricerca sociale¹⁴. I modelli semiotici possono contribuire a chiarire diversi problemi di ordine socio-comunicativo.

Prima di mostrare il modo in cui gli studi sulla significazione si accostano oggi al design, sarà allora opportuno illustrare rapidamente alcune nozioni semiotiche di portata più generale che questi studi hanno provato a utilizzare.

5. Segni/significazione

Il punto di partenza della semiotica attuale, per quanto paradossale possa sembrare, è l'abbandono della nozione di segno. Il segno infatti è soltanto la punta di iceberg di un complesso lavoro sottostante che, se pure non appare al momento della comunicazione, è proprio ciò che la rende possibile. Un segno è, da un lato, la risultante manifesta di una strutturazione soggiacente di parti e, da un altro lato, il componente di una struttura più ampia. La vita del segno dipende in tutto e per tutto dalle strutture che lo producono e lo sorreggono, ovvero dalle relazioni che le sue parti intrattengono per porlo in essere, ma anche dalle relazioni che esso stesso intrattiene con altri segni simili entro un più generale sistema di significazione.

Si pensi, nel caso della lingua, alle parole. Le parole (o lessemi) sono composte di tante parti (monemi, fonemi, tratti fonologici) e a loro volta sono parti di sistemi più generali e complessi (frasi, testi, discorsi). Per quanto il parlante comune creda di esprimersi attraverso parole già date, in realtà non fa altro che costruire quelle parole e, attraverso esse, produrre frasi e discorsi. Per questa ragione, il linguista mette in secondo piano lo studio dei lessemi come entità a sé stanti, per analizzarne semmai le parti costitutive e le relazioni che i lessemi intrattengono fra loro. È il senso comune che immagina la lingua come un semplice dizionario; il linguista gli obietta che essa è soprattutto morfologia, grammatica e sintassi. La lingua, diceva Saussure, non è un insieme di cose ma un sistema di differenze.

Se è così, anche l'idea degli oggetti come segni (per quanto naturalizzati) va ripresa e approfondita. Dire che un oggetto è un segno vuol dire fermarsi al livello del senso comune, dell'evidenza fenomenologica del mondo. Compito della semiotica è invece quello di ricostruire il sistema di differenze che fa sì che quell'oggetto sia un segno. Ed ecco che si delinea immediatamente il campo d'azione di una semiotica del design: non più quello di indicare l'esistenza della significazione oggettuale ma semmai di ricostruirne l'articolazione formale interna. Si può dire così – riprendendo quel che

¹⁴ Cfr. Landowski (1989), Marrone (2001).

Greimas¹⁵ propone per l'analisi del lessema – che un oggetto-segno va analizzato: (i) scomponendolo nelle sue parti costitutive e individuando le relazioni che queste stesse parti hanno tra loro in vista della forma complessiva dell'oggetto (componente configurativa); (ii) ricostruendo le relazioni che esso contrae con altri oggetti entro sistemi più ampi (componente tassica); (iii) individuando le funzioni che esso riveste per uno o più soggetti, in senso sia strumentale sia simbolico (componente funzionale).

Questa simbolicità, questa funzione “secondaria” dell'oggetto può essere adesso meglio definita: non più come semplice connotazione che l'oggetto conserva in modo più o meno esplicito, ma come esito delle diverse possibili relazioni che quell'oggetto intrattiene con un soggetto, ossia dei valori che un soggetto iscrive nell'oggetto. “Nella società di oggi – scrive Greimas¹⁶ –, quando qualcuno vuole comprare un'automobile, forse non vuole tanto un oggetto quanto un mezzo di spostamento rapido, un sostituto moderno del tappeto magico delle fiabe. Oppure ciò che acquista è po' di prestigio sociale o un senso intimo di potenza. L'oggetto automobile non è altro allora che un pretesto, un luogo di investimento di valori, un 'altrove' che media il rapporto del soggetto con se stesso”. Così, un oggetto ha senso a seconda del valore che un determinato soggetto ripone in esso, valore che può essere di varia natura sulla base del progetto di vita di quel soggetto, del programma d'azione che in un determinato contesto egli decide di mettere in atto.

6. *Pratico/utopico, critico/ludico*

La strumentalità dell'oggetto rivendicata dal funzionalismo tradizionalmente inteso perde ulteriore terreno: non solo il valore simbolico degli oggetti ha carattere funzionale all'interno del sociale, ma questo valore simbolico ha caratteri molteplici che derivano non solo dal momento della produzione dell'oggetto, quanto da quello del suo consumo. Più che discutere dell'oggetto come tale, è bene inserirlo nei suoi adeguati contesti d'uso e di relativa valorizzazione (compresa la valorizzazione estetica), le cui articolazioni formali si scoprono essere relativamente invarianti nel tempo e nello spazio. Quali e quante sono, infatti, le forme di valorizzazione dell'oggetto? È possibile ricostruirne, se non una lista, almeno una tipologia? È quanto ha cercato di fare Jean-Marie Floch¹⁷, applicando alcuni esiti della semiotica della narrazione allo studio del marketing e della comunicazione pubblicitaria. Ne è venuta fuori una proposta divenuta già celebre fra gli addetti ai lavori: la cosiddetta *assiologia dei valori di consumo*, che sembra essere di grande comodità anche nello studio delle logiche profonde che reggono il processo del design¹⁸.

Un racconto è sempre la vicenda di un soggetto che va in cerca di un oggetto¹⁹. Quest'ultimo non è importante di per sé ma per il fatto di essere desiderato, per i valori –

¹⁵ Greimas (1983: 19 trad. it.).

¹⁶ Greimas (1983: 19 trad. it.).

¹⁷ Floch (1990: 171-177 trad. it.).

¹⁸ Per una discussione di questo modello, cfr. Marrone (2001: 170: 187).

¹⁹ Greimas (1970, 1983). Va chiarito subito che all'interno della teoria semiotica della narritività i termini “soggetto” e “oggetto” non vanno intesi in senso letterale ma sintattico: designano *attanti* in relazione reciproca, dove il primo va alla ricerca del secondo. È invece a un livello di maggiore complessità del senso, non più narrativo ma discorsivo, che questi attanti possono essere resi figurativamente sotto forma di attori umani o di cose. Così, per esempio, in una fiaba il soggetto può essere sia un principe sia un cavallo sia un tappeto, e l'oggetto può essere un tesoro, un anello o una principessa rapita. Sebbene quindi non vadano

come si è già detto – che il soggetto proietta al suo interno. Qualunque sia il contenuto semantico di tale valore, esso non è quasi mai una caratteristica intrinseca dell’oggetto cercato; è piuttosto un valore per il soggetto, un qualcosa che serve alla realizzazione di quest’ultimo, alla costituzione e al riconoscimento della sua identità. Per questa ragione, viene chiamato valore di base (o esistenziale). Un racconto però, molto spesso, non è vicenda del modo in cui il soggetto si ricongiunge direttamente con l’oggetto, quanto quella del modo in cui quel soggetto si procura i mezzi per potersi poi ricongiungere a esso. Prima di raggiungere il suo valore di base, l’eroe deve entrare in possesso di quegli altri oggetti che gli permettano di poter agire efficacemente nel momento in cui incontrerà l’antisoggetto. Anche questi oggetti sono dotati per lui di un valore, ma di tipo diverso rispetto al primo: sono strumenti di lotta e di affermazione, non puri oggetti del desiderio. Questo valore si definisce pertanto valore d’uso (o pratico).

Valori esistenziali e valori pratici distinguono le due grandi categorie di oggetti narrativi che si ritrovano non solo nelle fiabe o nei romanzi ma nella vita di tutti i giorni. E si dà talvolta il caso, nei racconti di finzione come nella vita quotidiana, che i valori pratici diventino ancora più importanti dei valori esistenziali, che la ricerca dei mezzi prenda il posto del conseguimento dei fini. Osserva però Floch che, molto spesso, nelle campagne pubblicitarie (e, quindi, nell’immaginario collettivo contemporaneo) valori di base e valori d’uso vengono concepiti come alternativi, addirittura come contrari. Si acquista un’automobile o perché è pratica o perché ben rappresenta la propria identità. Si indossa un maglione o perché fa freddo o perché migliora il nostro aspetto. Da qui, secondo Floch, la possibilità di costruire una tipologia più ricca e più complessa di possibili valori per un soggetto, data dalla proiezione nel “quadrato semiotico” dell’opposizione tra i due valori contrari, quello esistenziale e quello pratico²⁰. Le possibili valorizzazioni dell’oggetto diventano così quattro: (i) una valorizzazione *pratica*, con la quale si considera l’oggetto soprattutto per il suo carattere di strumento; (ii) una valorizzazione *utopica*, mediante la quale il soggetto realizza la propria identità congiungendosi con il suo oggetto di valore; (iii) una valorizzazione *ludico-estetica*, corrispondente alla negazione assoluta di quella pratica, dove si considera l’oggetto, prescindendo dalla sua utilizzabilità, a partire dalle sue qualità formali e fisiche, dal piacere che procura, dalla sua bellezza; (iv) una valorizzazione *critica*, a sua volta negazione di quella utopica, grazie alla quale l’oggetto viene scelto più che altro per la sua convenienza, per le sue proprietà strumentali più proprie. I comportamenti di consumo si trovano così a essere previsti in anticipo entro quattro grandi classi che, se pure sono ancora molto ampie, hanno per lo meno il vantaggio di essere chiare e distinte. A queste classi possono corrispondere, tra l’altro, sia quattro tipi di consumatori (strateghi, conviviali, curiosi, “consumeristi”)²¹ sia, più in generale, quattro tipi di passione nei confronti di un oggetto (bisogno, desiderio, capriccio, interesse).

Queste quattro forme di valorizzazione arricchiscono moltissimo anche la nostra dicotomia di partenza. Non si tratta più di immaginare una generica funzione pratica dell’oggetto che deve conciliarsi con la sua forma estetica. All’oggetto possono infatti essere affidate diverse funzioni e attribuiti diversi valori (tra cui quelli specificamente estetici) determinati al momento del suo consumo (o al momento della rappresentazione

confusi l’attante oggetto e la cosa raffigurata discorsivamente, è evidente che il primo ingloba la seconda.

²⁰ Il modello del quadrato semiotico mette in gioco non una semplice opposizione semantica ma una articolazione di tre diverse relazioni: contrarietà (giovane *vs* vecchio), contraddizione (giovane *vs* non-giovane), complementarità (giovane *_* non vecchio).

²¹ Cfr. Floch (1988).

di tale consumo nella pubblicità). L'effettivo compito del design è allora quello di prevedere, al momento della progettazione di un determinato oggetto, un consumo piuttosto che un altro, una valorizzazione piuttosto che un'altra, un'attribuzione di senso piuttosto che un'altra. Non c'è da un lato la progettazione dell'oggetto (che risponde a criteri funzionali e/o estetici) e dall'altro un conferimento di significato dell'oggetto (che risponde a criteri sociali, tra i quali quelli del mercato). La produzione materiale dell'oggetto è già, in quanto tale, generazione di significati: è per questo che una semiotica del design non si interessa soltanto dell'analisi di oggetti già dati, circolanti nel sociale, ma anche e soprattutto della progettazione di questi oggetti, di quel momento in cui la forma si costituisce in quanto *significante* per un *significato*, in quanto veicolo di un valore²². “Il design – spiega più in dettaglio Floch²³ – dipende da una semiosi, ovvero dall'instaurazione d'una relazione di presupposizione reciproca tra la forma dell'espressione e la forma del contenuto di un sistema d'oggetti. È dunque possibile cogliere una logica del design settoriale procedendo per commutazione, ossia cercando sistematicamente le correlazioni che esistono tra gli elementi o *grandezze* dell'espressione da una parte e quelli del contenuto assiologico dei prodotti dall'altra”.

È quel che recentemente lo stesso Floch²⁴ ha provato a fare nell'analisi di un celebre oggetto della vita quotidiana francese – il coltello Opinel –, analisi che può essere considerata come modello esemplare di una nuova, più accurata indagine semiotica sul design.

7. Un coltello

La scelta di quest'oggetto non è casuale: si tratta di un prodotto di design semplice nelle forme e radicato nella cultura francese. Se lo scopo della semiotica – ricorda Floch²⁵ – è quello di descrivere le “condizioni in cui vi può essere produzione o percezione di senso nelle varie pratiche umane, e non – come spesso si ritiene – nei soli segni e linguaggi che servono per la comunicazione”, il modo migliore per studiare il design è considerarlo come una pratica della cultura materiale che, a sua volta, agevola o rende possibili pratiche ulteriori: analizzando la questione delle relazioni tra forma e funzioni dell'Opinel, si tratterà di identificare “se non una cultura, almeno una forma di pensiero e un modo particolare di contatto tra sé e il mondo” che questo coltello presagisce²⁶.

²² Cfr. Marrone (1994).

²³ Floch (1990: 197 trad. it.)

²⁴ Floch (1995a: 182-213; 1995b).

²⁵ Floch (1995b: 35-36).

²⁶ Floch (1995a: 183).



La griglia descrittiva adoperata da Floch nell'analisi dell'Opinel è quella delle tre componenti dell'oggetto (configurativa, tattica, funzionale) proposta da Greimas a proposito del lessema e illustrata sopra. Va precisato a tale proposito che, se dal punto di vista dell'esperienza concreta queste tre componenti sono tra loro strettamente interrelate (le parti dell'oggetto, per esempio, sono al contempo i tratti differenziali che lo distinguono da altri oggetti simili), dal punto di vista dell'indagine semiotica conviene mantenere distinti i *livelli di pertinenza* dell'oggetto, ovvero i luoghi formali nei quali si costituisce la sua significazione.

Per quel che riguarda la componente configurativa, l'Opinel presenta, come tutti i coltelli a serramanico, tre parti costitutive: la lama, il manico, l'articolazione tra lama e manico. La lama, corta e larga, ha la punta leggermente arrotondata e mostra nella parte inferiore il simbolo della mano coronata. La sua caratteristica più importante è comunque la curvatura, che la rende particolarmente adatta all'incisione del legno e, in generale, ai lavori delicati e di precisione su materiali non troppo resistenti. Il manico è in faggio ed è ricoperto da una vernice protettiva che permette un contatto caldo e piacevole; la sua prominente assicura invece una buona presa della mano. L'articolazione tra lama e manico, a sua volta, è caratterizzata da una ghiera girevole in acciaio dolce con una prominente anulare: la sua forma leggermente conica garantisce il blocco della lama all'interno del manico anche quando, a causa dell'usura, si produce un certo gioco fra la lama e la scanalatura del manico. In generale, si può dire dunque che le principali caratteristiche formali dell'Opinel sono la rotondità e la semplicità: nessun motivo decorativo che possa "abbellirlo", nessuna forma slanciata che possa farne un'arma.

Passando all'analisi della componente tattica, Floch riprende alcune categorie descrittive proposte da André Leroi-Gourhan per il mondo degli utensili e mette in evidenza, all'interno dell'Opinel, otto tratti differenziali: la lama corta, a differenza dalla lama lunga delle sciabole; la lama a un solo filo, a differenza da quella doppia del pugnale; la punta arrotondata, che permette una percussione longitudinale e non diffusa (come la spada) o puntiforme (come il pugnale); la leggerezza, che permette una percussione applicata e non lanciata (come l'accetta); la mancanza di un percussore esterno (richiesta invece dallo scalpello); la possibilità di ripiegare la lama dentro il

manico, che ne fa un coltello da tasca; il sistema di blocco della lama, non con molla a flessione o pulsante di sblocco (come in altri coltelli a serramanico) ma con ghiera girevole; la lama unica, senza altri elementi come punteruoli, cavatappi e simili (presenti in molti altri coltelli pieghevoli).

Nell'esame della componente funzionale dell'Opinel, Floch fa ricorso, per le ragioni illustrate sopra, a categorie di natura narrativa, mettendo in evidenza la molteplicità di funzioni e dunque di valorizzazioni a cui può essere sottoposto questo coltello. Ritrova così in esso soprattutto le valorizzazioni pratica, utopica e ludico-estetica.

L'analisi della dimensione eminentemente strumentale dell'Opinel, dunque della sua valorizzazione pratica, mette in scena, secondo Floch²⁷, un "eroe della quantificazione". Più che un vero e proprio oggetto, le proprietà formali dell'Opinel sin qui ricostruite ne fanno, in linea di principio, un "attante-soggetto" che compie una serie di operazioni precise come tagliare, tranciare, scollare, sbucciare, scoprire, asportare etc.: azioni molto diverse tra loro, che hanno però in comune il fatto di riguardare trasformazioni quantitative della materia, di influire cioè in relazioni come quelle fra tutto e parti, omogeneità e disomogeneità, unità e molteplicità etc. Se è possibile usare un Opinel per spalmare del formaggio sul pane o per portarlo direttamente alla bocca, il maggior numero di operazioni rese possibili dall'Opinel non riguarda trasformazioni di tipo qualitativo, come può fare per esempio il fornello che cuoce gli alimenti o la stufa che riscalda gli ambienti.

Quel che va sottolineato è il carattere di *soggetto* del nostro coltello, il fatto che, tramite un "destinante" manipolatore di natura umana, esso assume determinati programmi d'azione e li porta a compimento. Se dal punto di vista empirico l'Opinel è un oggetto, uno strumento nelle mani di qualcuno, da un punto di vista narrativo esso diviene un soggetto che prende su di sé il compito di realizzare un certo numero di pratiche²⁸. La particolarità del coltello Opinel è quella, da un lato, di mantenere un contatto molto stretto con il suo utilizzatore (si porta sempre con sé, in tasca, per qualsiasi evenienza) e, dall'altro, di conservare una relazione ravvicinata con il mondo (agisce direttamente sulle materie, senza alcuna ulteriore mediazione).

Da qui la dimensione utopica (o *mitica*, come preferisce chiamarla in questo caso Floch) dell'Opinel, ovvero il fatto che, nella sua costitutiva vicinanza (o "confidenza") con l'uomo e con il mondo, questo coltello è il mediatore e il garante di una vicinanza e di una confidenza più importanti: quella dell'uomo con il mondo. Una vicinanza sia spirituale sia fisica: l'impugnatura del manico fa sì che la mano stia vicino alla lama, permettendo talvolta il contatto diretto fra l'utilizzatore e la materia che egli sta nel frattempo manipolando. L'Opinel è – dice Floch con le parole di Leroi-Gourhan e di Lévi-Strauss – "la pellicola che costituisce l'arredo degli uomini", il mediatore tra "ambiente esterno" e "ambiente interno" dell'uomo, l'operatore di una "denaturalizzazione" che è ancora una "semi-culturalizzazione", di un passaggio cioè dallo stato di /natura/ a quello di /non-natura/ (senza però arrivare a quello di /cultura/).

La dimensione mitica presuppone in tal modo un'altra dimensione della componente funzionale del nostro oggetto: quella ludico-estetica. Più estetica che ludica, in realtà, poiché in quest'occasione bisogna intendere l'"estetica" soprattutto nel suo

²⁷ Floch (1995a: 192).

²⁸ Non tutti gli oggetti acquistano un simile ruolo narrativo; alcuni strumenti possono farlo, anche se spesso combinano le loro competenze con quelle di altri strumenti (lo scalpello e il martello), oppure forniscono prestazioni molto specializzate (il tostapane), oppure ancora tendono a far compiere l'operazione ad altri strumenti (l'accendigas).

senso etimologico. Il piacere che l'Opinel procura al suo utilizzatore, infatti, è innanzitutto di tipo sensoriale: il doppio contatto instaurato dall'Opinel (il coltello con la materia, l'uomo con il mondo) è una questione di tocco, di quella maniera profonda di mettersi in relazione con il mondo che è dato dal senso del tatto. Grazie alle sue specifiche proprietà tecniche, l'Opinel mette in atto una percussione di tipo longitudinale e applicato, in modo da entrare in contatto con le materie che deve trasformare in modo particolarmente delicato, senza scosse o frantumazioni violente, senza lacerazioni o incisioni, senza violenze o traumi di alcun tipo.

Così – sembra voler dire Floch – le proprietà *estetiche* del coltello (la semplicità, la naturalezza, la rusticità, il calore etc.) non sono altro che la trasposizione cognitiva di un'esperienza *estesica* (cioè sensoriale) precedente. La delicatezza del tocco dell'Opinel, così come l'esperienza del contatto che quest'oggetto garantisce tra uomo e mondo, fanno di esso un bell'oggetto. L'effetto di senso "bellezza" che esso procura è la risultante di un evento estesico profondo che tanto la forma quanto la funzione dell'Opinel portano inscritto al loro interno, anche se l'utilizzatore effettivo del coltello può non provarlo o rimuoverlo dopo averlo provato.

Non solo dunque gli usi dell'oggetto sono previsti dalla sua forma, ma l'intera esperienza di consumo viene presupposta dal modo in cui le singole parti dell'oggetto entrano in relazione tra loro (componente configurativa) e si differenziano da quelle di altri oggetti analoghi (componente tassica). In altre parole, non è un particolare soggetto umano che, per sue motivazioni intrinseche, va in cerca di un oggetto fatto così-e-così; è semmai l'oggetto, grazie alle sue proprietà formali, a costruire un suo preciso tipo di soggetto, un simulacro di quello che sarà il suo utilizzatore. Come ogni enunciato (verbale, visivo, gestuale etc.) presuppone un suo particolare soggetto enunciatore e un suo Destinatario Modello, allo stesso modo ogni oggetto, in quanto costruito e significativo, presuppone al suo interno sia un suo produttore sia un suo utilizzatore impliciti. E se per quel che riguarda il produttore-enunciato si tratterà di stile di progettazione o di fabbricazione, dunque di marchi e di *griffe*, per quel che riguarda l'utilizzatore-destinatario si tratterà di competenze presupposte e di desideri, se non indotti, senz'altro previsti in anticipo.

Qual è, da questo punto di vista, il consumatore implicito dell'Opinel? Quale figura di Utilizzatore Modello viene costruita dall'architettura formale interna di questo coltello? La risposta di Floch deriva ancora una volta da una fruttuosa comparazione fra oggetti e da un nuovo ricorso all'antropologia. Se nel caso del coltello svizzero (con molteplici elementi dotati ciascuno di una specifica funzione) il consumatore tipico è l'ingegnere, nel caso dell'Opinel (semplicissimo nella struttura, eppure estremamente versatile) è invece il *bricoleur*. Come spiegava Lévi-Strauss ne *Il pensiero selvaggio*, il primo (l'ingegnere) tende a differenziare i propri strumenti d'uso sulla base dei propri specifici progetti d'azione; il secondo (il *bricoleur*) riesce invece a utilizzare quel che trova intorno a sé per una molteplicità eteroclita di operazioni. Così, il tipo dell'ingegnere si troverà bene con il coltello svizzero, pronto a soddisfare per il meglio un certo numero di esigenze del suo utilizzatore; il tipo del *bricoleur* invece preferirà senz'altro l'Opinel, predisposto un po' a tutto. Se il coltello svizzero presuppone un utilizzatore che utilizza gli elementi che gli vengono offerti (soggetto performante), l'Opinel ha bisogno invece di qualcuno già dotato di un saper-fare (soggetto competente). Nel primo caso le capacità pratiche sono già nel coltello, nel secondo caso esse dipendono soprattutto dall'utilizzatore.

Così, conclude Floch²⁹, il *sensu* dell'Opinel non si esaurisce nella dicotomia forma/funzione. Se pure “si potrebbe credere che l'Opinel, per la sua semplicità formale o più esattamente configurativa, sia la migliore prova che la forma segue la funzione [...] quel che s'è visto sin qui [...] ci persuade esattamente del contrario”: è la funzione a seguire la forma; o meglio: sono le componenti configurativa e tattica a determinare le diverse dimensioni funzionali (pratica, utopica, estetica) del coltello, a produrre cioè quell'universo di senso entro cui si delinea la figura di un Consumatore Modello: il mitico *bricoleur*.

8. Una fiaschetta

Questo meccanismo di iscrizione di del consumatore nell'oggetto viene mostrato anche da Jacques Fontanille³⁰ a proposito dei prodotti “ergonomici” del cosiddetto bio-design, dove a esser richiamato nella forma dell'oggetto è il corpo stesso del soggetto. L'esempio prescelto è, come l'Opinel, d'uso comune: “una fiaschetta destinata a contenere alcolici, un piccolo flacone metallico, piatto e concavo, con la superficie arabescata, fatto in modo da poter essere nascosto in una tasca e da adattarsi perfettamente alla forma del busto o della natica”. Anche Fontanille si domanda innanzitutto qual è il sistema di valori o, con termine di Wittgenstein, la “forma di vita” che la configurazione plastica di questa fiaschetta più o meno implicitamente richiama: è a partire dall'individuazione di questo retroterra culturale che riesce possibile cogliere il Consumatore Modello dell'oggetto in questione.

La componente configurativa della fiaschetta è semplice: si fonda sull'opposizione tra la forma curvilinea (manifestata) e quella rettilinea (negata) che richiama, a livello del contenuto, l'opposizione tra naturale (alluso) e artificiale (rigettato). Si badi: non è che il curvilineo simbolizzi direttamente il naturale e il rettilineo simbolizzi direttamente l'artificiale; si costituisce semmai una specie di proporzione fra una categoria dell'espressione (curvilineo *vs* rettilineo) e una del contenuto (naturale *vs* artificiale), tale per cui /curvilineo : rettilineo = naturale : artificiale/. La curva, in sé, non è un simbolo ma un *semi-simbolo*, qualcosa che diviene significativa solo a patto di entrare in relazione con un altro termine di categoria (la retta); allo stesso modo, i rispettivi significati delle due linee non possono fare a meno l'uno dell'altro.

Questo particolare sistema di significazione – detto, appunto, *semi-simbolico*³¹ – si fonda sul fatto che la linea curva assunta dalla fiaschetta è una sorta di impronta o di stampo. In generale, l'oggetto ergonomico allude a un doppio possibile avvolgimento, volto a stabilire una continuità fra il volume dell'oggetto e il corpo del suo eventuale utilizzatore: l'oggetto combacerà con l'uomo, l'uomo combacerà con l'oggetto, lasciando presagire quell'utopica congiunzione narrativa che è il principio e il fine di tutti i racconti, di molte forme di vita. Il soggetto non desidererà più l'oggetto poiché questo sarà tutt'uno con lui, si conformerà perfettamente al suo corpo. Allo stesso modo, l'oggetto non avrà più bisogno di un soggetto che gli dia un qualche valore, poiché riuscirà una volta per tutte a congiungersi con il suo soggetto.

La valorizzazione insita nella fiaschetta sembra emergere con molta chiarezza: è, anche qui, una valorizzazione utopica che si fonda su una precedente valorizzazione

²⁹ Floch (1995a: 210-211).

³⁰ Fontanille (1995).

³¹ Cfr. Fabbri e Marrone (2000: 112-115).

estetica; come nel caso dell'Opinel, è un'esperienza tattile particolarmente ravvicinata a produrre valori estetici e utopici. Un'esaltazione dei "valori tattili" rinvia così a un orizzonte naturalistico dove l'uomo sembra aver finalmente ritrovato una forma d'esperienza diretta con il mondo sensibile, sembra cioè tornato a essere tutt'uno con esso. Tuttavia questo vale, per così dire, a livello virtuale; si tratta cioè di tipi di consumo e di valorizzazione prescritti dalla forma dell'oggetto e da essa stessa sostanzialmente negati. "L'impronta del corpo sull'oggetto – scrive Fontanille³² – può essere interpretata, in una prospettiva narrativa, come una traccia paradossale dell'uso dell'oggetto sulla sua forma. In questo caso il paradosso riposa sul fatto che l'usura, invece di modificare nel corso del tempo la forma di un oggetto attraverso azioni ripetute, incrostazioni, logoramenti, patine etc., lo modella di fatto prima ancora che esso venga effettivamente adoperato. È questa anteriorità delle tracce d'uso, questa anticipazione su quello che dovrebbe diventare l'oggetto *dopo* il suo uso [...] che appare come il punto cruciale dell'analisi semiotica".

Se il portafogli che tengo nella tasca posteriore dei pantaloni assume col passare del tempo la forma del mio corpo, è perché la sua fattura e, soprattutto, la sua materia lo consentono: così, sarà proprio il *mio* corpo quello stampato sul portafogli. Non altrettanto si può dire della fiaschetta, la quale, prefigurando il suo uso, deve per forza di cose fissare nella propria materia una sorta di Deretano Modello che possa adattarsi al deretano empirico di tutti i suoi possibili utilizzatori. Così, quella stessa forma che in un primo tempo appariva come garanzia di un'esperienza estetica-estetica privilegiata, si rivela adesso di ben altra natura: "Questa forma – dice Fontanille³³ –, che invita e costringe a una, e una sola, forma di appropriazione, non si adatta alla diversità delle anatomie, salvo particolari meccanismi di regolazione. Essa non costringe né imita l'individuo preso singolarmente, nella sua particolarità e differenza, ma adotta un termine medio, propone insomma un prototipo ottimizzato dell'uso, una competenza modale stereotipata".

Il problema è allora che – questa volta in termini inversi rispetto al noto coltello francese – le valorizzazioni utopica ed estetica dell'oggetto ergonomico si costituiscono a discapito della sua stessa valorizzazione funzionale: è solo preventivamente negando la forma più tradizionale della bottiglia che la fiaschetta può lasciar presagire le congiunzioni estetica ed utopica e i loro rispettivi valori. Prova ne sia che se decido di porre all'inverso la fiaschetta nella tasca dei pantaloni la sua comodità si trasformerà nell'esatto contrario: non potrò, non solo sedermi, ma nemmeno camminare. Nessun altro uso, ludico o deviante, della fiaschetta sarà mai possibile: essa è insomma – per riprendere l'esempio di Floch – una specie di coltello svizzero (con un solo elemento) che fa finta di essere un Opinel. Dice di rinviare a una esperienza estetica che non è la conseguenza del suo uso, l'esito di un fare concreto, e che proprio per questo non arriverà mai; e se pure arriverà, sarà quella e quella soltanto, dunque sostanzialmente identica e ripetitiva, fondamentalmente stereotipata.

L'Opinel permetteva quasi per caso un contatto ravvicinato e delicato con il mondo (durante cioè, per esempio, l'operazione di ripulitura di un pezzo di legno o dello zoccolo di un cavallo), lasciando all'utilizzatore le competenze necessarie al contatto fisico. La fiaschetta ergonomica, invece, porta già tutto dentro di sé, competenze e performance, lasciando all'utilizzatore il ricordo visivo di un'esperienza tattile in effetti mai vissuta. Così, la convocazione della sensorialità non è più, come nel caso dell'Opinel,

³² Fontanille (1995: 53).

³³ Fontanille (1995: 54)

l'attivazione di un programma estesico-estetico mediante il quale il *bricoleur* entra in contatto intimo con il mondo. Al contrario, il “punto di tatto” (come il punto di vista in certa pittura) è qui del tutto preordinato, stabilito nei suoi percorsi, che possono essere quelli e soltanto quelli. Esiste insomma il rischio – a seguire il monito di Bertrand³⁴ – di una *stereotipia del sensibile* verso cui molte produzioni industriali contemporanee sembrano dirigersi e che la fiaschetta incarna perfettamente. La confidenza che apparentemente sta al fondo della forma di vita presagita dalla fiaschetta riposa in effetti su un sistema di costrizioni ancora più profondo, su un'ideologia, dice Fontanille, “ego-centrata” che vuol ridare all'uomo quel che preventivamente gli ha tolto.

Perché, occorre chiedersi, oggi è tanto sentita questa esigenza di intimità? per quale ragione le produzioni industriali (supportate dall'immaginario della pubblicità) tendono sempre più a proporci oggetti “naturali”, oggetti che ci vogliono bene, che ci proteggono, che custodiscono la nostra salute, che alimentano il nostro benessere? A che cos'altro dovrebbero in effetti servire *tutti* gli oggetti se non a farsi strumenti della nostra felicità? L'oggetto confidenziale creato dal bio-design – pensa Fontanille³⁵ – è la risposta al fatto che l'oggetto tecnologico è stato per lo più presentato come nemico dell'uomo, come un “anti-soggetto” che non ha agevolato eventuali competenze già insite nell'uomo: glielo ha invece spesso espropriate. Il presupposto di una tecnologia “confidenziale” “sarebbe dunque la rappresentazione di un'ostilità, di un'estraneità che deriva da un'alterità rispetto al mondo degli oggetti tecnologici. La soluzione consiste quindi nell'“umanizzare” gli oggetti, vale a dire nel neutralizzare la loro alterità, nel dotarli del sema /umano/ con l'intermediazione di quel poco che essi hanno in comune con il soggetto umano: il volume, la struttura e la consistenza di un corpo fisico”. Come nel caso dell'Opinel, la fiaschetta (e in generale ogni produzione ergonomica) si è trasformata da oggetto in soggetto. Non però un soggetto-strumento delegato da un soggetto-uomo: piuttosto uno strumento che ha assorbito su di sé l'umanità del suo destinante, che gli ha sottratto ogni possibile forma d'esperienza.

9. *Materialisti/moralisti*

L'impostazione teorica e le analisi che abbiamo illustrato hanno alcune precise conseguenze sul piano dell'indagine sociosemiotica, in quanto restituiscono un'immagine della società molto diversa da quella tradizionale. Se un oggetto gioca talvolta ruoli narrativi da soggetto, se cioè vengono a esso delegati funzioni pratiche e significati sociali generalmente incarnati da attori umani, ciò significa che esso fa parte della società nel suo complesso. La società, in altri termini, non è soltanto la risultante trascendente della serie di individualità che la compongono, ma comprende al suo interno anche tutti quegli oggetti a cui sono state delegate funzioni prettamente umane. Sono esseri sociali i soggetti umani, ma anche quei soggetti “non umani” che sono gli oggetti, nonché, se non soprattutto, quei soggetti “ibridi”, umani e non umani insieme, nati dagli incontri più o meno casuali, più o meno duraturi, tra attori umani e attori non umani.

A portare avanti quest'idea, implicita negli studi di semiotica degli oggetti, è stato il sociologo delle tecniche Bruno Latour, il quale – come testimonia anche il saggio riportato in appendice a questo volume – ha molto insistito sull'idea che gli attori presenti

³⁴ Bertrand (1995).

³⁵ Fontanille (1995: 56).

nella nostra società sono composti ibridi, sintesi parziali e momentanee di soggettività umane e soggettività non umane, persone e cose che, in modo diverso ma in continua complementarità, agiscono nel sociale, costituendolo e trasformandolo³⁶. Ogni differenza tra società umane e gruppi animali passa per esempio, per quanto paradossalmente, proprio dal fatto che i secondi non prevedono al loro interno alcuna forma di delega di azioni a oggetti, e dunque nessun ibrido tra soggetti di natura diversa; mentre le prime, viceversa, fanno della delega tecnologica una situazione costante, necessaria alla costruzione e ricostruzione continua sia delle singole interazioni sociali sia della struttura sociale nel suo complesso. Lo studio dei modi di organizzazione e di funzionamento degli apparati tecnologici deve pertanto essere un'analisi sociologica a tutti gli effetti – analisi che supera l'opposizione tra – dice Latour – i “moralisti”, da un lato, e i “materialisti”, dall'altro.

Si prenda la relazione tra una persona e un'arma. Per il materialista – ricorda Latour³⁷ – “l'arma compie un'azione in virtù delle parti materiali che non sono riconducibili alle qualità sociali di colui che la usa. Un individuo buono, un cittadino che rispetta la legge, non diventa cattivo e pericoloso solo perché ha un'arma”. Il moralista, al contrario, “vede l'arma solo come supporto transitorio di relazioni sociali, ma l'oggetto non compie nulla di per sé o in virtù dei suoi componenti materiali. È solo un attrezzo, un mezzo, uno strumento, un portatore neutro di volontà. Se chi usa l'arma è buono, l'arma sarà usata bene e ucciderà solo a ragion veduta. Se chi usa l'arma, invece, è un ladro o un pazzo, allora, senza nessun cambiamento per quanto riguarda l'arma, l'omicidio [...] sarà semplicemente più efficace”. Così, se nel primo caso vengono considerate in modo esclusivo le *funzioni* tecniche che l'arma possiede, nel secondo si guarda soltanto ai *fini* umani sulla base dei quali i soggetti agiscono. E si tratta, come è facile vedere, di un'opposizione che fa sistema, di un'assiologia che permette l'instaurazione e il corretto funzionamento di entrambi i poli del sistema; in una parola: di una dialettica.

Sia il materialista sia il moralista dimenticano perciò che impugnare un'arma e usarla significa produrre, *per traduzione*, un nuovo attante e un conseguente nuovo programma d'azione; programma che non corrisponde né alla semplice funzionalità tecnica né alla semplice finalità umana: “Una persona – sottolinea ancora Latour – è diversa con un'arma in mano. L'essenza è esistenza e l'esistenza è azione. Se si viene definiti per ciò che si ha, per la serie di associazioni nelle quali si è coinvolti, per le azioni che si compiono, allora siamo modificati dal fatto di impugnare un'arma e lo siamo in misura variabile, a seconda del peso delle altre associazioni in cui siamo coinvolti”. Ma la traduzione tra funzioni e fini è simmetrica: non solo, cioè, l'uomo che impugna la pistola passa, per esempio, dall'esser semplicemente arrabbiato all'aver voglia di uccidere; anche la pistola, una volta impugnata, si trasforma da oggetto inerte conservato nel cassetto in arma puntata contro qualcun altro lì di fronte terrorizzato dalla sua presenza. È nato insomma un *ibrido* – “uomo-arma” o “arma-persona” – “di cui la sola cosa che si può dire è che agisce” e al quale occorre attribuire l'intera responsabilità del suo operato.

Così, per esempio, una persona con un telefonino in tasca non è il risultato di una somma delle caratteristiche della prima con quelle del secondo, non è qualcuno che, grazie al possesso di quello strumento, vanta delle possibilità comunicative che prima

³⁶ Cfr. soprattutto Latour (1991, 1992, 1993, 1996, 1998).

³⁷ Tutte le citazioni sono tratte da Latour (1998).

non aveva. Si tratta invece di una nuova forma di soggettività, di un vero e proprio “uomo-telefonino” che ha esigenze, bisogni, programmi d’azione, sistemi di valori che si riversano sulla società in cui egli si trova immerso, trasformandola radicalmente³⁸. Il telefono cellulare non è una protesi tecnologica che permette l’esercizio di alcune pratiche comunicative prima impossibili, ma un vero e proprio attore che gioca ruoli sociali solo parzialmente iscritti nella sua progettazione iniziale.

L’analisi semiotica degli oggetti, in tal modo, si riversa in una più generale indagine sociosemiotica, dove l’esame delle strutture interne all’oggetto entra in relazione con quello delle sue relazioni esterne con il soggetto, esterne ma non per questo – secondo l’ipotesi di Latour – meno importanti per la ricostruzione della dimensione simbolica dell’oggetto stesso. Ne viene fuori – come ha mostrato Semprini³⁹ – che l’oggetto non solo non possiede nulla di “oggettivo”, nel senso empirista o positivista del termine, ma rivendica anzi una sua natura intrinsecamente *intersoggettiva*: “L’oggetto si costituisce, si definisce e si offre a un’esistenza e a un’utilizzazione soltanto ed esclusivamente all’interno di un’autentica relazione intersoggettiva. Questa relazione è costitutiva e non semplicemente meccanica. È inoltre una relazione condivisa e cooperativa, ma non necessariamente consensuale”⁴⁰. Da una parte, infatti, nessun oggetto potrebbe assumere un senso se non all’interno di un contesto e di una situazione sociale, di una relazione intersoggettiva che lo vede più o meno protagonista. Per tornare all’esempio di Latour, l’arma è un oggetto in cui sono virtualmente presenti alcuni usi, che solo la situazione concreta può rendere attuali. Da un’altra parte, però, proprio perché l’oggetto svolge spesso il ruolo narrativo del soggetto, esso contribuisce in modo determinante a costituire il contesto, ad articolarne la significazione, a trasformarne la configurazione e, di conseguenza, il senso. Nel momento in cui l’arma è in mano a una persona, e s’è fondato per traduzione un nuovo attante con un suo specifico programma d’azione, è tutta un’intera situazione intersoggettiva a essere determinata, in cui gli individui che vi sono coinvolti si troveranno a vivere relazioni ben diverse da quelle che avrebbero vissuto senza che alcuna arma circolasse fra loro.

Coerentemente con l’impostazione sociosemiotica che elimina ogni distinzione concettuale tra testo e contesto, e ogni conseguente problema di orientamento della relazione tra questi due termini⁴¹, la natura testuale dell’oggetto, le sue configurazioni espressive e semantiche non sono iscritte nell’oggetto preso di per sé, come proprietà ontologiche che esso possiede, per così dire, dalla nascita, per natura o per intento progettuale. Essa deve essere considerata invece all’interno di una situazione narrativa specifica, in cui è il soggetto a inscrivere nell’oggetto i suoi valori, ma anche, viceversa, è l’oggetto a presupporre certe forme di soggettività con cui esso può (o vuole, o deve) entrare in una qualche relazione.

Così, ancora, l’introduzione e la diffusione del telefono cellulare non risponde solamente all’esigenza (pregressa o costruita) di poter telefonare ed essere reperibili dovunque e comunque. Tale esigenza, infatti, in qualche modo prevedibile in una società basata sulla comunicazione e sui frequenti spostamenti dei suoi attori, è stata progressivamente accompagnata, se non addirittura soppiantata, da tutta una serie di

³⁸ È quanto è stato mostrato in Marrone (1999).

³⁹ Semprini (1995), Semprini (a cura) (1999). Cfr. anche Deni (1999), Fontanille e Zinna (2002).

⁴⁰ Semprini (1995: 99 trad. it.). Punti di vista diversi in Coquet e Petitot (a cura) (1991)

⁴¹ Cfr. Landowski (1989), Floch (1990), Semprini (1995), Marrone (2001). Per un confronto tra la sociosemiotica degli oggetti e altre prospettive di ricerca analoghe cfr. Semprini (a cura) (1999).

evidenti trasformazioni macro e microsociale: la modifica degli orari di lavoro, se non del concetto stesso di orario di lavoro (e del suo corrispondente: il tempo libero); la risemantizzazione dei cosiddetti non-luoghi (aeroporti, supermercati, stazioni di servizio delle autostrade etc.) in spazi perfettamente fruibili come identitari; la rinegoziazione delle relazioni intersoggettive all'interno di una nuova forma di "Panopticon auditivo", come quelle tra genitori e figli, o tra marito e moglie, o tra amanti, tutti adesso sempre "rintracciabili", ossia potenzialmente controllabili in ogni momento e luogo⁴².

Un altro esempio potrebbe essere quello dell'odierna poltrona da dentista, la quale ha modificando fortemente la propria configurazione oggettuale (forma, tratti materici, componenti di base e loro modalità d'uso) rispetto alle antiche poltrone meccaniche di qualche decennio fa. Riunendo in un solo macro-oggetto strumenti e tecnologie prima separati, essa ha modificato il tipo di soggetto che è destinata ad accogliere (non più un individuo malato che occorre rimettere in sesto, ma un corpo sofferente che si vuole accogliere e curare), trasformando altresì il tipo di relazione che si instaura tra medico e paziente, se non addirittura l'idea stessa di cura medica. Andare dal dentista, oggi, è ben diverso da alcuni decenni fa: la trasformazione diacronica della poltrona sta lì a mostrarlo, e a rivendicarlo⁴³.

10. Intersoggettività/interoggettività

Riassumendo quanto s'è detto sinora, possiamo dire che nello studio degli oggetti della vita quotidiana, la semiotica ha superato la tradizionale dicotomia /strumentalità vs esteticità/, così come l'opposizione /denotazione vs connotazione/, su cui ha lavorato la prima semiologia. Questo superamento è dovuto all'assunzione della procedura narrativa della valorizzazione: un oggetto è innanzitutto il portatore di un valore cercato da un soggetto. Così, accanto alle sue componenti configurativa (scomposizione) e tassica (differenziazione), l'oggetto ha innanzitutto una componente funzionale, al cui interno si pongono non soltanto problemi "pratici" ma anche e soprattutto "mitici": la funzionalità pratica, da questo punto di vista, è una delle tante possibilità simbolico-sociali offerte all'oggetto. Sulla scia di queste prime riflessioni, gli studi sociosemiotici sugli oggetti hanno insistito su due aspetti molto precisi dell'oggettualità: (i) la natura sociale, intersoggettiva dell'oggetto, il suo essere definibile attraverso le pratiche in cui si trova inserito; (ii) gli aspetti estesici dell'oggetto stesso, ossia quelle qualità sensibili che lo mettono in relazione con una corporeità "in situazione". In un caso come nell'altro, per descrivere l'oggetto è necessario descrivere le relazioni che esso intrattiene con un soggetto, sia esso inteso come essere sociale o come corpo proprio.

Resta un altro aspetto da indagare: quello dell'*interoggettività*, del modo in cui gli oggetti, ponendosi come soggetti o loro parti costitutive, entrano altresì in relazione con altri oggetti, anch'essi narrativamente considerabili come soggetti o loro parti costitutive⁴⁴. Così come ci sono relazioni sociali fra soggetti umani, si devono ipotizzare

⁴² Cfr. Marrone (1999).

⁴³ Marsciani (1999).

⁴⁴ Va subito precisato che l'accezione di senso con cui – qui e nel corso del volume – verrà usato questo termine è più ampia di quella presente nel saggio di Bruno Latour posto in appendice a questo volume. Latour usa il termine "interoggettività" per contrapporlo a quello di "intersoggettività", per insistere cioè – come s'è detto – sul ruolo basilare della tecnologia nella costruzione e ricostruzione continua delle relazioni sociali. Qui invece, pur partendo da tale assunto teorico, lo si usa in senso, se si vuole, più

relazioni fra oggetti che sono anch'esse parte costitutiva della società. Le procedure di valorizzazione dell'oggetto, infatti, passano attraverso una preventiva comparazione (più o meno implicita) che il soggetto opera su un campo di virtualità oggettuali al tempo stesso molto vasto e molto preciso. Quali sono dunque le relazioni che gli oggetti intrattengono fra di loro? Si tratta di regimi "democratici" (in cui i vari oggetti sono paritetici), "oligarchici" (in cui pochi oggetti dominano sugli altri) o "tirannici" (in cui un solo oggetto determina il comportamento di tutti gli altri)? Quali tipi di gerarchia oggettuale sono quindi possibili nei diversi contesti della nostra vita quotidiana? a partire da quali criteri di pertinenza si stabiliscono queste gerarchie? Ancora: in che modo gli oggetti si accoppiano fra di loro per formare configurazioni oggettuali più vaste? si tratta di legami "matrimoniali" o "illegittimi", socialmente prescritti o semplicemente tollerati dalla comunità di soggetti-soggetti e di oggetti-soggetti?

Utilizzando una classica distinzione della semio-linguistica strutturale, le prime vie da seguire per intraprendere un'indagine sociosemiotica dell'interoggettività sono due: (i) quella della individuazione delle *relazioni paradigmatiche*: gerarchie di oggetti, sistemi di classificazione, definizione e ridefinizione delle pertinenze; problemi di circolazione degli oggetti nel racconto: parallelismo tra procedure di valorizzazione e procedure di dis-valorizzazione (usura, abbandono, perdita, ridefinizione delle valenze etc.), oggetti voluti e oggetti non più (o non ancora) voluti; (ii) quella della ricostruzione delle *relazioni sintagmatiche*: messa in relazione di oggetti in praesentia: dalle descrizioni letterarie all'abbigliamento, passando per la multimedialità, si pone il medesimo problema della "convivenza" degli oggetti singoli (pantaloni + camicia + cravatta) e della conseguente costituzione di macro-oggetti (un look).

Un altro campo di esplorazione è senz'altro quello riguardante la produzione e la trasformazione dei cosiddetti *attanti collettivi*, ossia di tutte quelle forme di soggettività costituite dalla sommatoria relativamente costante di attori individuali: una classe, un gruppo, un partito, una società per azioni etc. Occorre infatti ricordare – come ha spiegato Landowski⁴⁵ – che un attante collettivo si costituisce spesso sulla base di certi interessi comuni definiti in modo preciso (come in una società commerciale) o di valori esplicitamente condivisi (come in un partito politico). Lo stesso Landowski⁴⁶ ha osservato però che in molti altri casi, per esempio in quello dei gruppi giovanili, esistono forme molto diverse di costruzione dell'"appartenenza", le quali non passano né da obiettivi pratici né da valori ideali, bensì da quella che potremmo chiamare una *figuratività condivisa*: una figuratività che produce una specie di "apparire in comune", riconoscibile in sé e dunque distintivo. Questa figuratività condivisa si costituisce mediante scelte comuni di tipi di oggetti (vestiario, trucco, piercing etc.) che acquistano la funzione di segnalare una certa appartenenza a un gruppo, e dunque di sottolineare una differenza di senso rispetto ad appartenenze ad altri gruppi. La diversificazione delle mode (vestimentarie e non) risponde per esempio a questo bisogno di fondere e al contempo di esprimere identità collettive cangianti – ossia forme di intersoggettività – ricorrendo a un gioco di configurazioni interoggettive anch'esse in costante mutamento. Studiare questo genere di "forme di vita" significa insomma studiare alcuni meccanismi costitutivi di trasformazione del sociale.

letterale, ossia per designare le relazioni fra oggetti (che si sovrappongono e si mescolano alle relazioni fra soggetti e a quelle fra soggetti e oggetti).

⁴⁵ Landowski (1989).

⁴⁶ Landowski (1997).

11. Alcune direzioni di ricerca

A partire da queste considerazioni generali sono stati pensati i saggi e le analisi che compongono il presente volume, dedicato appunto alla nozione di *interoggettività*. Leggendo a posteriori i testi che costituiscono questo dossier (il cui progetto teorico viene illustrato nel saggio successivo di Eric Landowski), ci sembra possibile individuare alcuni orientamenti teorici comuni – che, come sempre, non sono tanto i risultati definitivi di una ricerca terminata, quanto gli spunti per un lavoro ulteriore.

(A) In primo luogo, come sottolinea Semprini, la tematica dell'interoggettività ripensa a fondo la questione generale di una semiotica degli oggetti. Essa formula una sintesi tra la tendenza teorica che analizza l'oggetto inserendolo nel suo contesto sociale d'uso (dunque per le sue relazioni esterne) e la tendenza teorica che lo considera invece, in modo immanente, nella sua struttura (dunque nelle sue relazioni interne). Prendere in considerazione l'oggetto insieme ad altri oggetti con cui, in un modo o nell'altro, esso entra in relazione significa lavorare sia sull'immanenza oggettuale sia sul contesto, appunto, interoggettivo (e intersoggettivo). Sfuma in tal modo la differenza e il confine tra l'oggetto singolo, già dato come costituito, e gli altri oggetti, anch'essi già manifestati come tali⁴⁷. Qual è infatti il confine "reale" dell'oggetto? è determinato dalla sua forma esterna, da ciascuna delle sue funzioni, dalle situazioni in cui si trova a operare, dai vari ruoli narrativi che può assumere? Come determinare a priori sino a che punto un oggetto è un elemento costitutivo di un oggetto più ampio o fa invece parte a sé? Un computer può essere considerato come un oggetto singolo o come il composto di elementi singoli (monitor, tastiera, mouse, stampante etc.)? E un impianto stereofonico? E un telefonino Wap? Ancora: l'arredamento di una casa è un insieme di oggetti o un macro-oggetto unico? una pietanza (cucinata e servita al ristorante) è la risultante della combinazione e della trasformazione di una serie di oggetti o un oggetto singolo? i vari oggetti che vengono momentaneamente a trovarsi insieme nel carrello di un supermercato mantengono una loro autonomia o formano un oggetto più ampio che corrisponde al "fabbisogno" reale o immaginario del soggetto umano che è andato a fare la spesa? L'analisi semiotica, insomma, addita ancora una volta le forme di "naturalizzazione" degli oggetti quotidiani, rivelandone il carattere sociale, ossia costruito e al tempo stesso occultato, prodotto e rimosso.

(B) Ma le cose sono socio-semioticamente più complesse, non foss'altro perché le relazioni possibili che si instaurano all'interno del sociale sono di vario tipo.

(i) C'è innanzitutto la relazione – da sempre studiata dalla semiotica – dell'oggetto con il soggetto, tale per cui un oggetto, in quanto portatore dei valori modali del sapere e/o del potere, *fa* al posto del soggetto. Come spiega Ferraro, il soggetto umano delega all'oggetto tecnologico parte del suo fare, quello più meccanico e ripetitivo, riservando però a se stesso l'attività che non vuole o non può delegargli, come i lavori cosiddetti creativi. Resta da capire se e come, studiando questo genere di deleghe, non sia possibile, per contraccolpo, indagare meglio in che cosa consista la soggettività non delegabile, che cosa cioè l'oggetto, per sua natura interna, non è e non sarà mai in grado di fare (già Lotman e Uspenskij pensavano lo studio della "stupidità

⁴⁷ Su questo tema, cfr. Bordron (1991).

artificiale” – e non dell’“intelligenza” – come una via per meglio comprendere la cultura umana⁴⁸).

(ii) C’è poi una relazione di tipo gerarchico, tale per cui l’oggetto non fa ma *fa fare*, sia altri oggetti sia soggetti umani. Una volta acquisita dal soggetto una certa capacità, l’oggetto la usa per mettere in moto possibili manovre di manipolazione, che hanno precise ricadute sociali. Senza necessariamente pensare ai “mecca” del recente film di Spielberg che dominano sugli “orga”, l’agenda di cui parla Ferraro rientra senza dubbio in questo caso.

(iii) In terzo luogo, è possibile una relazione per cui un oggetto, insieme ad altri oggetti, forma una configurazione complessa che permette (o impedisce) certe precise forme di intersoggettività. È il caso degli scompartimenti dei treni studiati da Deni, che divengono luoghi configurati in modo tale da consentire determinate relazioni sociali, impedendone altre.

(iv) Infine, può darsi il caso, come quello dei telefoni portatili (Dusi-Marrone-Montanari), per cui molti oggetti e molti soggetti entrano in relazione fra loro, con ruoli, per così dire, paritetici: entrambi fanno e entrambi fanno fare. Sia a livello microsociale che macrosociale sembra essere questa l’interazione più frequente nella società odierna, in cui si danno relazioni intersoggettive mediate da oggetti, relazioni interoggettive mediate da soggetti, ma anche relazioni tra soggetti e oggetti mediate da entrambi.

(C) Tutto ciò, ovviamente, deve essere analizzato facendo ricorso ai diversi livelli di pertinenza nella generazione del senso. Da questo punto di vista, la classica distinzione tra attanti e attori resta fondamentale: quanto meno per distinguere, studiando le relazioni tra soggetti e oggetti, a quale livello d’analisi ci si pone: se al livello narrativo profondo, a livello discorsivo di superficie o a livello testuale di manifestazione espressiva. Un problema è infatti quello (riguardante la *sintassi narrativa*) per cui un oggetto non umano ha il ruolo narrativo del soggetto o viceversa (si pensi ancora al telefonino); un problema completamente diverso (riguardante la *semantica discorsiva*) è invece quello di un oggetto tecnologico che assume fattezze umane, ossia una figuratività antropomorfa (si vedano i “bot” di cui parla Ferraro). A livello del discorso si pongono per esempio, oltre alla questione delle fattezze attoriali (di cui discutono pressoché tutti gli autori), anche le questioni relative alla temporalità (è il caso della patina di Fontanille) e alla spazialità (la casa di Grignaffini e Landowski, il supermercato di Pozzato). Per non parlare della questione delle relazioni passionali tra soggetti, mediate o scaturite da un conglomerato di oggetti, di cui parla Corrain. Se si prende infine in considerazione il livello del *testo*, divengono pertinenti le differenze sostanziali tra gli oggetti, per così dire, reali (le cose letteralmente intese) e gli oggetti che invece vengono detti verbalmente (per es. in una descrizione letteraria) o mostrati visivamente (in un film, in un annuncio pubblicitario, in un quadro). Se le forme narrative e discorsive tra tutti queste manifestazioni dell’oggetto possono essere le medesime, le strutture testuali invece vanno distinte, coinvolgendo le differenti materie espressive convocate per la manifestazione.

(D) Un’altra distinzione che è risultata pertinente – alla quale abbiamo già fatto cenno a proposito della dicotomia paradigma/sintagma – è quella tra i *sistemi* interoggettivi e i *processi* di costruzione dell’interoggettività. Gli scompartimenti dei treni

⁴⁸ Lotman e Uspenskij (1973: XIII): “Agli occhi del profano di solito suscita stupore la capacità che un automa ha di 'capire'. Per la scienza più valore ha ciò che l'automata 'non capisce' [...]. In altre parole, il punto di riferimento nella descrizione diventa, se così si può dire, il punto di vista dell' 'imbecille', coi suoi limiti caratteristici nelle possibilità di comunicazione effettiva e multiforme e, quindi, in primo piano emerge il 'problema della stupidità'. Su ciò cfr. Marrone (1990).

di cui parla Deni sono strutture già date, diversamente costruite al loro interno e opposte fra loro. La patina di Fontanille, il carrello della spesa di Pozzato e l'arredamento di Grignaffini e Landowski sono invece casi in cui entrano in gioco dinamiche più o meno complesse che portano alla costruzione, o alla distruzione, o alla trasformazione, delle strutture stesse dei sistemi.

(E) L'ultimo punto sul quale varrà la pena di tornare è una questione strettamente sociosemiotica: sino a che punto questi sistemi complessi che intrecciano oggetti fra loro, e oggetti con soggetti, sono legati alle situazioni e alle trasformazioni tecnologiche attuali e sino a che punto invece sono riscontrabili anche in altri tipi di società e di culture? Alcuni autori (Ferraro, Semprini, Dusi-Marrone-Montanari) discutono pratiche contemporanee, cercando addirittura di intravedere i prodromi per scenari futuri. Altri autori discutono al contrario contesti sociali del passato (Corrain). Altri ancora analizzano invece pratiche e situazioni più tradizionali (Pozzato, Grignaffini, Fontanille, in parte Ferraro). Tuttavia, praticamente tutti gli autori tengono in considerazione le osservazioni sugli oggetti e sugli strumenti fatte da antropologi come Leroi-Gourhan o Lévi-Strauss. Del resto, sin dai tempi della sua costituzione in disciplina autonoma, la semiotica ha lavorato sul contemporaneo, andando però a cercare in modelli culturali tradizionali le forme e le ragioni di situazioni sociali apparentemente nuove, specifiche della (post)modernità. Resta insomma ancora valido l'imperativo metodologico del comparativismo ottocentesco: solo la distinzione tra variabili e invarianti permette la conoscenza di ogni specifico oggetto d'analisi – distinzione strategica e orientata ovviamente, mai rispondente a presunte ontologie universali e necessarie.

Bibliografia

- Barthes, Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil; trad. it. *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi 1974.
- Barthes, Roland (1963), "La voiture : projection de l'Ego", in *Réalités*, oct. ; trad. it. « L'automobile : un aggeggio del tutto comune », in Barthes (1998).
- Barthes, Roland (1964), "Eléments de sémiologie", in *Communications*, n. 4; trad. it. *Elementi di semiologia*, Torino, Einaudi 1966.
- Barthes, Roland (1966), "Sémantique de l'objet", ora in Id., *L'aventure sémiologique*, Paris, Seuil 1985; trad. it. "Semantica dell'oggetto", in *L'avventura semiologica*, Torino, Einaudi 1991.
- Barthes, Roland (1998), *Scritti. Società, testo, comunicazione*, a cura di G. Marrone, Torino, Einaudi.
- Baudrillard, Jean (1968), *Système des objets*, Paris, Gallimard; trad. it. *Il sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani 1972.
- Baudrillard, Jean (1972), *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Paris, Gallimard; trad. it. *Per una critica dell'economia politica del segno*, Milano, Mazzotta 1974.
- Bertrand, Denis (1995), "L'ideologia del sensibile", in Pozzato (a cura) (1995).
- Bordron, Jean-François (1991), "Les objets en parties (esquisse d'ontologie materielle)", in Coquet e Petitot (a cura) (1991).
- Calabrese, Omar (1993), *Serio ludere (sette serissimi scherzi semiotici)*, Palermo, Flaccovio.
- Coquet, Jean-Claude e Petitot, Jean (a cura) (1991), *L'objet : sens et réalité*, *Langages* 103.
- Deni, Michela (1999), *Per una semiotica degli oggetti, la dimensione fattitiva*, Tesi di dottorato, Università de Bologna.
- Eco, Umberto (1968), *La struttura assente*, Milano, Bompiani.
- Eco, Umberto (1971), *Le forme del contenuto*, Milano, Bompiani.
- Eco, Umberto (1992), "Come non usare il telefonino cellulare", in Id., *Il secondo diario minimo*, Milano, Bompiani.
- Fabbri, Paolo e Marrone, Gianfranco (a cura) (2000), *Semiotica in nuce. I: I fondamenti e l'epistemologia strutturale*, Roma, Meltemi.
- Floch, Jean-Marie (1988), "The contribution of structural semiotics to the design of a hypermarket", in *International Journal of Research in Marketing*, a. IV, n. 4; trad. it. "Lo spazio del mammut. Il contributo di una ricerca semiotica alla concezione di un ipermercato", in *Quaderni di ricerche semiotiche*, n. 2, Torino 1987.
- Floch, Jean-Marie (1990), *Sémiotique, marketing et communication*, Paris, Puf; trad. it. *Semiotica marketing comunicazione*, Milano, Angeli 1992.
- Floch, Jean-Marie (1995a), *Identités visuelles*, Paris, Puf; trad. it. *Identità visive*, Milano, Angeli 1997.
- Floch, Jean-Marie (1995b), "Il fondamento antropologico del design: il coltello Opinel", in Pozzato (a cura) (1995).
- Fontanille, Jacques (1995), "Ergonomia e bio-design: note semiotiche", in Pozzato (a cura) (1995).
- Fontanille, Jacques e Zinna, Alessandro (a cura), *Les objets au quotidien*, Limoges, Pulim, 2002.

- Greimas, Algirdas J. (1970), *Du sens*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso*, Milano, Bompiani 1974.
- Greimas, Algirdas J. (1983), *Du sens II*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso 2*, Milano, Bompiani 1985.
- Landowski Eric (1989), *La société réfléchie. Essais de socio-sémiotique*, Paris, Seuil; trad. it. *La società riflessa*, Roma, Meltemi 1999.
- Landowski Eric (1997), *Présences de l'autre. Essais de socio-sémiotique II*, Paris, Puf.
- Latour, Bruno (1987), *Science in Action. How to Follow Scientists and Engineers through Society*, Cambridge (Mass.), Harvard U.P.; trad. it. *La scienza in azione*, Milano, Edizioni di Comunità 1998.
- Latour, Bruno (1991), *Nous n'avons jamais été modernes*, Paris, La Découverte; trad. it. *Non siamo mai stati moderni*, Milano, Eleuthera 1995.
- Latour, Bruno (1992), *Aramis, ou l'amour des techniques*, Paris, La Découverte.
- Latour, Bruno (1993), *La clef de Berlin, et autres leçons d'un amateur de sciences*, Paris, La Découverte; trad. it. parz. "La chiave di Berlino. L'ordine sociale visto dal buco della serratura", in Semprini (a cura) (1999).
- Latour, Bruno (1996), *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Paris, Les Empêcheurs de penser en rond.
- Latour, Bruno (1998), "Fatti, artefatti, fattici", in Nacci (a cura) (1998).
- Lévi-Strauss, Claude (1993), *Regarder Ecouter Lire*, Paris, Plon.
- Lotman, Jurij e Uspenskij, Boris (1973), *Ricerche semiotiche*, Torino, Einaudi.
- Maldonado, Tomás (1987), *Il futuro della modernità*, Milano, Feltrinelli.
- Maldonado, Tomás (1992), *Reale e virtuale*, Milano, Feltrinelli.
- Marrone, Gianfranco (1990), *Stupidità e scrittura*, Palermo, Flaccovio.
- Marrone, Gianfranco (1994), "Jean-Marie Floch: un semiologo in navigazione", in *Nuove Effemeridi*, 25.
- Marrone, Gianfranco (1999), *C'era una volta il telefonino. Un'indagine sociosemiotica, con due saggi di Nicola Dusi e Federico Montanari*, Roma, Meltemi.
- Marrone, Gianfranco (2001), *Corpi sociali. Processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi.
- Marsciani, Francesco (1999), "La poltrona del dentista. La relazione medico-paziente nel 'riunito' contemporaneo", in Semprini (a cura) (1999).
- Nacci, Michela (a cura) (1998), *Oggetti d'uso quotidiano*, Venezia, Marsilio.
- Pozzato, Maria Pia (a cura) (1995), *Estetica e vita quotidiana*, Milano, Lupetti.
- Pozzato, Maria Pia (2001) *Semiotica del testo*, Roma, Carocci.
- Semprini, Andrea, (1995), *L'objet comme procès et comme action*, Paris, L'Harmattan; trad. it. *L'oggetto come processo e come azione*, Bologna, Esculapio 1997.
- Semprini, Andrea (1997), *Analizzare la comunicazione*, Milano, Angeli.
- Semprini, Andrea (a cura) (1999), *Il senso delle cose. I significati sociali e culturali degli oggetti quotidiani*, Milano, Angeli.
- Umiker-Sebeok, Jean ed. (1987), *Marketing and Semiotics. New Directions in the Study of Signs for Sale*, Berlin-New York-Amsterdam, Mouton-De Gruyter.
- Van Onck Andries (1994), *Design. Il senso delle forme dei prodotti*, Milano, Lupetti.