

Parte I

Azione e conoscenza, interazione e comunicazione

Capitolo 1

Un modello per capire la comunicazione

1. La comunicazione come azione

John Austin diceva che parlare è agire. Era un filosofo del diritto di Oxford: ne sapeva di leggi e tribunali, e forse era più facile per lui notare che quando un giudice usa la formula di rito – *“L'imputato è condannato a...”* questo semplice suono ha un effetto concreto, magari drammatico, sulla vita delle persone.

Il linguaggio, e non solo il linguaggio verbale come ha mostrato Austin, ma tutta la comunicazione, è della stessa materia di cui è fatta l'azione. Per questo partiremo dall'azione per capire cosa significa comunicare.

La nostra storia comincia nel 1960 in America, con *“Plans and the structure of behavior”*, un libro scritto da tre studiosi, George Miller, Eugene Galanter e Karl Pribram. Strano assortimento di cervelli: uno psicologo, un matematico e un neurologo. Che ci fanno questi tre signori insieme? Dopo decenni di comportamentismo, propongono un modo nuovo di guardare all'azione come guidata da piani, cioè strutture gerarchiche di scopi. Pongono così le basi della Scienza Cognitiva: un approccio allo studio dei comportamenti intelligenti (dell'uomo, degli animali, delle macchine) che con modelli e approcci disparati, superando gli steccati disciplinari, studia singoli aspetti della cognizione. Miller, Galanter e Pribram fanno proprio questo: evidenziano che la struttura dell'azione è la stessa negli organismi biologici e nelle macchine.

Questi due testi del '900 – uno individua la struttura dell'azione, l'altro evidenzia l'analogia fra azione e linguaggio – sono alla base del modello che ci servirà da guida in tutto il nostro percorso. Nel 1975, due ricercatori dell'Istituto di Psicologia del CNR, Domenico Parisi e Cristiano Castelfranchi, in un articolo intitolato *“Discourse as a hierarchy of goals”*, propongono implicitamente un sillogismo: se le frasi sono azioni (come dice Austin), e le azioni hanno scopi organizzati in piani (come dicono Miller Galanter e Pribram), allora anche le frasi hanno scopi e fanno parte di piani. Da qui l'esigenza di studiare la struttura dell'azione in genere, e la struttura del linguaggio come solo un caso particolare di azione.

Questo capitolo illustra il modello teorico dell'azione e della comunicazione (Parisi, Antinucci 1975; Castelfranchi, Parisi 1980; Castelfranchi 1988; Parisi, Castelfranchi 1984; Conte, Castelfranchi 1995; Miceli, Castelfranchi 1992; 1995; 2014; Castelfranchi, Poggi 1998; Castelfranchi, Falcone 2010; Poggi 2006; 2007; Poggi, D'Errico 2020) su cui si basano i concetti e le analisi di tutto il libro. Un modello semplice e potente: partendo da pochi concetti semplici potremo costruire, combinandoli, concetti più complessi fino a spiegare anche nei loro marchingegni più sofisticati i meccanismi della mente: la conoscenza umana, l'interazione sociale, le emozioni e la comunicazione.

I concetti primitivi su cui si basa questo modello sono due: scopi e credenze.

2. Azioni e scopi

L'universo è popolato di sistemi. E' un **sistema** un'entità costituita da uno o più elementi che funzionano in modo unitario, solidale. Ad esempio il sistema solare, la cui azione è determinata da leggi fisiche. Ma anche altre entità, che possiamo chiamare “sistemi scopistici”: sistemi organici (un uomo, una rosa, un gatto) e artificiali (un'automobile, un

cellulare, una caldaia); individuali (uno studente, una formica) e collettivi (un formicaio, una squadra di calcio, la V B, una nazione). In tutti questi sistemi, ogni azione è determinata da uno scopo.

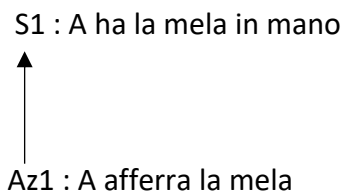
Qui uso la parola *scopo* non col significato che ha nel senso comune o in un vocabolario italiano, di “obiettivo, fine, proposito, intento che si vuole ottenere”, in cui è implicita l’idea di una intenzione deliberata e cosciente; la uso come termine tecnico dal significato solo in parte simile a quello quotidiano.

Uno **scopo** è uno stato regolatore, cioè uno stato che determina, regola l’azione. Uno stato che non esiste nella realtà, ma proprio per questo crea una tensione volta a realizzarlo. Questo stato non reale a volte è rappresentato nel sistema stesso, altre volte in altri sistemi che lo regolano dall'esterno. Può essere identico o diverso da uno stato del mondo percepito dal sistema stesso; quando c'è discrepanza fra lo stato percepito e lo stato regolatore, il sistema si mette in azione per ridurre o annullare la discrepanza, cioè fare in modo che lo stato del mondo percepito venga a coincidere con lo stato regolatore; quando non c'è discrepanza, il sistema è in quiete. In un organismo biologico come me, quando ho fame lo stato del mondo che percepisco (sensazione di languore) è diverso dallo stato che lo regola (sensazione di sazietà), e questa discrepanza determina il mio darmi da fare per mangiare qualcosa. In un sistema artificiale come la mia caldaia, lo stato regolatore è la temperatura di 20° che ho impostato sul termostato: appena i sensori percepiscono una temperatura inferiore a 20 nell’ambiente, la caldaia si mette in funzione.

2.1. Condizioni, risorse, azioni e piani

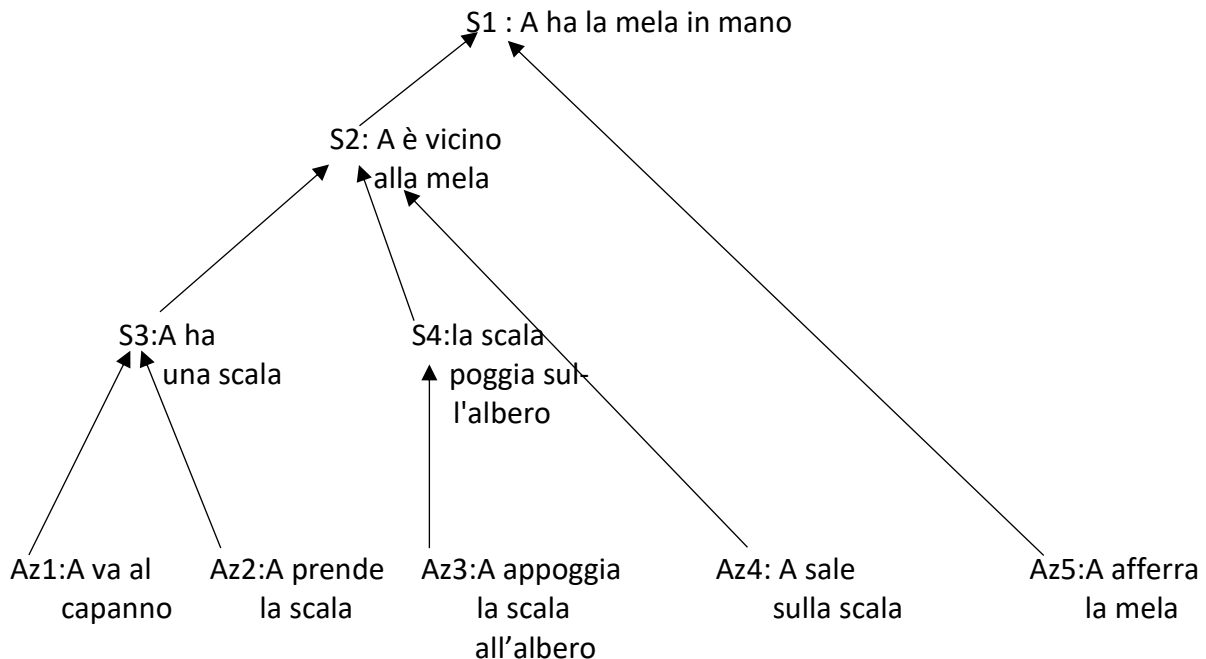
La possibilità che un sistema raggiunga i suoi scopi dipende dalle condizioni del mondo, dalle risorse che l'organismo ha a disposizione e dalle azioni che compie: per un piacevole picnic mi serve un cielo sereno, un paniere pieno di cose buone e una camminata fino al prato. Ora, se su alcune condizioni del mondo e sulla disponibilità di certe risorse non abbiamo possibilità d'intervento, molte condizioni possono essere create con l'azione; questo rende più o meno complessa l'attività di un organismo che, se in certi casi può raggiungere il suo scopo con una singola azione, in altri deve prima creare le condizioni e procacciare le risorse necessarie al suo raggiungimento. Ciò porta alla progettazione e messa in atto di un piano da realizzare con un certo numero di azioni, di cui alcune creano le condizioni per la buona riuscita di altre. Se la mela sull'albero è alla mia portata, per coglierla mi basta un'azione sola, afferrarla, ma se è su un ramo in alto dovrò prima andare al capanno, prendere la scala, appoggiarla all'albero e salirci sopra. Nel primo caso per raggiungere lo scopo è necessaria una sola azione (Fig.1)

Figura 1.
Un’azione e il suo scopo



Nel secondo caso, invece, per raggiungere lo scopo è necessario un piano, o “gerarchia di scopi”, cioè una serie di azioni i cui rispettivi scopi mirano tutti a uno scopo unico e comune, la meta del piano (Fig.2).

Figura 2.
Una gerarchia di scopi



Quid le prime due azioni, andare al capanno (Az.1) e prendere la scala (Az.2), sono mezzi per lo scopo (S2) di avere a disposizione una scala; l'azione 3 serve ad avere una scala appoggiata all'albero e 4, salirci, ad essere vicino alla mela. Le azioni da 1 a 4 hanno lo scopo di trovarsi vicino alla mela, che è una condizione dell'efficacia dell'azione 5: afferrare la mela ha l'effetto voluto di avere la mela in mano solo in presenza della condizione (quindi del preventivo raggiungimento dello scopo) S4. E l'azione adeguata Az.5, se compiuta nelle condizioni abilitanti create da S4, permette di raggiungere lo scopo S1: avere la mela in mano.

Le azioni 1 e 2 hanno dunque lo scopo S3 di avere una scala, ma questo è solo un mezzo per il **sovrascopo** S2 di trovarsi vicino alla mela; e l'Az.4 realizza finalmente lo scopo finale, o **meta**, del piano, che è un sovrascopo comune a tutte le azioni compiute: avere la mela in mano.

2.2. La struttura gerarchica dell'azione. Azioni, scopi, sovrascopi e piani

L'azione ha dunque una struttura gerarchica: lo scopo di un'azione può essere mezzo per un **sovrascopo**, uno scopo sovraordinato al primo, e il sovrascopo a sua volta essere mezzo per uno o più altri sovrascopi. Chiameremo **piano**, o **gerarchia di scopi**, una struttura di azioni con i loro relativi scopi e sovrascopi che mirano tutti a uno stesso scopo finale: la **meta** del piano. E le azioni che compongono un piano possono essere raggruppate in sottopiani, ciascuno dei quali serve a realizzare un sottoscopo della meta.

La relazione mezzo – scopo è ricorsiva, cioè può ripetersi al di sopra e all'interno di una unità di azione. Il piano di Napoleone per la battaglia di Jena comprende macro-strutture mezzo-

scopo – piani di accerchiamento, manovre diversive, azioni di attacco – costituite da azioni molto complesse, compiute da molte persone in maniera coordinata; ma anche la “semplice” azione di afferrare una mela implica una complessa gerarchia di azioni muscolari delle dita e della mano.

La possibilità di raggiungere scopi è permessa proprio dalla capacità dei sistemi di pianificare e mettere in atto più o meno complesse gerarchie di scopi, con le azioni adeguate a perseguirle.

2.3. Tipi di scopi

Definendo lo scopo uno stato regolatore, possiamo far rientrare in questa categoria così astratta e generale tipi di scopi molto diversi – desideri, bisogni, istinti, interessi, funzioni, intenzioni... – che si distinguono per modalità di rappresentazione, livello gerarchico e caratteristiche processuali.

2.3.1. Rappresentazione dello scopo

Non tutti gli stati regolatori sono rappresentati all'interno del sistema che regolano. Alcuni, che chiamiamo “**pseudoscopi**”, sono funzioni adattive esterne al sistema, verso cui il sistema è orientato in modo non casuale ma finalistico. Un tipo di pseudoscopi sono gli “**scopi esterni**” (Castelfranchi, 1981): scopi non rappresentati all'interno del sistema, che però ne determinano le caratteristiche e le azioni. Anche un oggetto infatti può avere scopi, che però sono necessariamente esterni, cioè non rappresentati nell'oggetto stesso.

Sono scopi esterni degli oggetti l'**uso**, la **destinazione** e la **funzione**. Se passeggiando nel bosco trovo dei pinoli e voglio schiacciarli, posso cercare un sasso adatto all'uopo: lo sceglierò piatto perché il pinolo non schizzi via, abbastanza pesante perché possa schiacciarlo, ma facile da afferrare e maneggiare, per manovrarlo bene. Questi scopi di **uso** del sasso sono rappresentati nella mia mente, non nel sasso, ma determinano le caratteristiche che nel sasso cercherò.

La **destinazione** è un uso ripetuto e infine cristallizzato. Un indigeno su un'isola tropicale, trovata una canna lunga, può usarla una sola volta, o destinarla per sempre da lì in poi, a far cadere le noci di cocco dalla palma, e l'uso o la destinazione “far cadere le noci” sono scopi esterni, rappresentati nella mente dell'indigeno, che vigono sulla canna. Ma se lui infine decide di modificare la forma della canna dividendone la punta in due per afferrare meglio le noci, la canna diventa un manufatto, un oggetto costruito o manipolato dall'uomo per la **funzione** di far cadere le noci. La funzione è infatti uno scopo esterno che determina le caratteristiche del sistema su cui vige.

Anche un sistema scopistico, cioè regolato al suo interno da scopi propri – come una caldaia o un cavallo – può avere scopi esterni, posti su di lui da un altro organismo o dalla situazione: in questo caso uno degli scopi interni del sistema funge da tramite (è in relazione mezzo - scopo) rispetto allo scopo esterno. La mia caldaia è regolata dallo scopo interno “stare accesa finché non raggiunge i 18°”, che serve al mio scopo (esterno per la caldaia) “avere tepore in casa”. Lo scopo interno del cavallo “saltare l'ostacolo” serve allo scopo interno del fantino (esterno per il cavallo) “vincere il concorso ippico”.

Un altro tipo di scopo esterno che vige sugli individui sono le **funzioni biologiche**, come perpetuare i propri geni. Spesso queste funzioni pongono sull'individuo altri pseudoscopi, come i meccanismi di *releaser* (Tinbergen 1953). Il riflesso di fuga scatenato in un uccello dalla

percezione di una sagoma di falco in movimento è un comportamento non flessibile, selezionato dalla funzione biologica di evitare la predazione; ma tale funzione non è rappresentata nella mente dell'uccello in volo.

Il fatto di considerare scopi (stati regolatori) anche scopi esterni al sistema permette di considerare come mezzi utili a uno scopo non solo le sue azioni ma anche alcune sue proprietà transitorie o permanenti. Così gli scopi di sistemi umani o animali non determinano solo azioni ma anche caratteristiche morfologiche: in un neonato il bisogno di accudimento si traduce, oltre che nel pianto che reclama aiuto, anche in tratti corporei che inducono tenerezza e protezione; l'esigenza di vedere di notte acuisce la capacità visiva negli animali notturni; quella di essere pronto alla lotta aumenta la velocità di coagulazione del sangue.

Un altro tipo di pseudoscopi sono i **metascopi**: principi costruttivi del sistema che fungono da "**scopi modali**", cioè stabiliscono il modo più conveniente ed efficace in cui il sistema può perseguire i propri scopi senza comprometterne altri importanti. Uno scopo modale è evitare la sofferenza: quando affetto la cipolla per il soffritto la tengo lontano dagli occhi perché non mi brucino. Nell'affettare magari non ho esplicitamente lo scopo di non irritarmi gli occhi, ma questo effetto (niente occhi irritati) determina il mio modo di affettare e la distanza della mano dal viso.

Dunque la definizione di scopo come stato regolatore, e l'attribuirlo a sistemi biologici e artificiali, individuali e collettivi, permette di chiamare "scopo" un'**intenzione cosciente**, ma anche gli **istinti** di un animale (es. ciò che induce la mamma volpoca a fingersi zoppa per farsi inseguire dal rapace creando una diversione dai suoi piccoli); le **finalità** di una istituzione umana (l'esigenza di un'associazione mafiosa di infiltrarsi nell'amministrazione dello stato); le **pulsioni inconsce** (maltrattare un amico di cui si è gelosi); i **bisogni**; i **doveri** che si impone un individuo e le **norme** che un'istituzione si dà e che impone ai suoi membri.

2.3.2. Livello gerarchico

Un'altra importante differenza fra gli scopi è quella fra scopi terminali e strumentali. Sono **strumentali** quelli perseguiti in vista di qualche sovrascopo, **terminali** quelli verso cui convergono tutti i piani e le mete contingenti perseguite da un certo sistema nell'arco della sua esistenza. Fra gli scopi interni del sistema uomo, sono terminali ad esempio il mantenersi in vita, l'essere amati, l'avere stima di se stessi e altri. Spesso però scopi che nascono come strumentali nel corso della vita diventano terminali: un giorno decido di mangiare mais in scatola solo per sfamarmi, perché non c'è altro in dispensa, ma poi il mais mi piace e comincio ad avere "voglia di mais".

2.3.3. Generazione e attivazione degli scopi

Come nascono gli scopi? In parte da una regola di generazione di scopi per cui se uno stato è un mezzo utile per la realizzazione di uno scopo che abbiamo, realizzare quello stato diventa a sua volta uno scopo. Qui lo scopo è generato "dall'alto", cioè da un sovrascopo per cui è un mezzo: lo scopo di salvare vite curando malattie mi genera lo scopo di iscrivermi a medicina. In altri casi vi è un'attivazione "dal basso", magari per un metascopo di "non sprecare risorse": se sono presenti le risorse o le condizioni del mondo utili al perseguimento di un certo scopo, che magari al momento è dormiente, quello scopo si attiva; passo davanti a una pasticceria e mi viene voglia di una pasta. Il primo è un meccanismo di creazione di scopi che parte, diciamo, dagli ideali, il secondo è più "opportunistico", nasce dall'occasione – quella che fa

l'uomo ladro! Lo stesso della pubblicità: farti sapere che esiste la *possibilità* di raggiungere uno scopo, te ne fa venire la voglia.

Una volta generato, uno scopo può essere attivo o inattivo. E' attivo quando il sistema lo esamina nel suo bilancio decisionale, cioè quando deve scegliere fra due o più scopi, inattivo quando non vi entra. Lo scopo di mangiare è attivo quando mi viene fame, inattivo appena finito di mangiare; quello di andare allo stadio per la partita è attivo la domenica e inattivo gli altri giorni della settimana. Non ogni scopo attivo però viene perseguito: una volta attivato entra nel bilancio decisionale, ma se gliene viene preferito un altro resterà comunque attivo, e potrà essere abbandonato o rinviato. Se mi viene fame mentre lavoro posso decidere di far subito una pausa o rinviarla a più tardi; se una domenica ho la febbre rinuncio alla partita.

2.3.4. La scelta

A volte un sistema ha due o più scopi che non può realizzare contemporaneamente: fare la dieta o mangiare tanta pastasciutta, seguire la carriera accademica o quella concertistica, autodenunciarmi per salvare molti padri di famiglia o evitare la fucilazione, non pagare il pizzo o essere tranquillo che la notte non mi bruciano il negozio. In questi casi abbiamo due scopi in conflitto, cioè tali che perseguire l'uno impedisce di realizzare l'altro: siamo di fronte a una scelta. Per decidere quale scopo perseguire e a quale rinunciare il sistema fa un bilancio fra scopi (BS) basato in parte sulla loro appetibilità e in parte sulla loro probabilità di realizzazione. L'appetibilità è il valore di uno scopo, che dipende a sua volta dal valore e dalla quantità dei sovrascopi che permette di raggiungere (benefici), meno quelli che il perseguirlo compromette (costi). Potrei studiare architettura, papà ha lo studio e il lavoro è assicurato; però mi piace fare teatro, anche se la carriera è molto più incerta. Farò l'una o l'altra cosa a seconda che per me abbia maggior valore lo scopo della sicurezza economica o quello di un lavoro appassionante. La probabilità di realizzazione è però un altro criterio che impedisce di sprecare energie per scopi irraggiungibili: mi piacerebbe mettermi con la più bella della classe, ma se non sono un Adone mi dichiaro a una compagna meno appariscente.

2.4. L'azione, la conoscenza, il mondo e gli altri

Se sono gli scopi che fanno girare il mondo, cosa ci serve per realizzarli? Per raggiungere uno scopo un sistema attinge a tre tipi di risorse: **risorse interne**, di cui dispone in proprio, cioè le proprie **capacità di azione** e le proprie **credenze**; e **risorse esterne**, che deve reperire al di fuori di sé: cioè le **risorse materiali** e in generale le condizioni del mondo, e infine la "**risorsa sociale**", cioè la collaborazione di altri sistemi.

Perché azioni e credenze? per "andare all'Università con l'autobus", devo avere la capacità di salire sull'autobus (saper fare), ma anche sapere quale autobus mi ci porta (sapere). Le capacità d'azione che servono per raggiungere scopi sono le azioni che il Sistema sa compiere. Il nostro repertorio di azioni e di credenze si arricchisce durante lo sviluppo: da bambini sono poche le cose che conosciamo e che sappiamo fare, ma entrambe aumentano per maturazione biologica (a un mese non cammini, a un anno sì) e grazie all'apprendimento (puoi imparare a suonare il piano, a cucire, a nuotare).

Perché condizioni del mondo e risorse materiali? Per "fare un piacevole picnic" mi serve un po' di panini e che non piovga a dirotto, ma anche qualcuno che mi faccia compagnia. Queste sono le **risorse esterne**. Se le condizioni del mondo sono sfavorevoli è più difficile il perseguimento di scopi, ma grazie alle sue capacità di azione e di problem solving, che

dipendono dalla capacità di acquisizione ed elaborazione di credenze, il sistema può risolvere o aggirare i problemi: le risorse interne permettono di ovviare in gran parte alla mancanza di risorse esterne. E poi vi è un'altra risorsa esterna fondamentale: gli altri. Vediamo natura e funzionamento di queste risorse.

3. Le credenze

Una **credenza** è una rappresentazione mentale. Cos'è una rappresentazione? Prendi la foto di un bambino e il bambino fotografato, o un territorio e la mappa che lo rappresenta: non sono la stessa cosa, ma entrambi condividono, ad esempio, gli stessi rapporti fra elementi: se le proporzioni delle distanze nella mappa sono le stesse che nel territorio, l'una può "rappresentare" l'altro, "stare per" l'altro. Una rappresentazione mentale è un'informazione rappresentata, "scritta" nella mente riguardo a qualcosa che esiste nel mondo, o nella mente stessa. E una credenza è una rappresentazione mentale.

Le rappresentazioni mentali che chiamiamo credenze sono rappresentate nella mente umana in due diversi formati: un formato percettivo-motorio e un formato concettuale, o proposizionale.

Ad esempio, la credenza portata dalla parola italiana *sedia* è rappresentata nella nostra mente in almeno tre modi. Innanzitutto sotto forma di un'immagine mentale: una specie di "fotografia" di una sedia tipo, una sedia "generalizzata", con seduta, schienale, zampe. Un'immagine che possiamo evocare dalla nostra memoria tutte le volte che pensiamo alle sedie: è questo il formato percettivo della nostra credenza "sedia". Ma sulla "sedia" abbiamo anche informazioni motorie: sappiamo come ci si siede su una sedia.

Queste credenze di formato percettivo e motorio sono presenti anche nella mente di un animale superiore – un gatto o uno scimpanzé – e di un bambino di dieci mesi. Ma in un umano adulto le credenze sono rappresentate anche in un formato più astratto, detto formato "concettuale" o "proposizionale", perché si può rappresentare come una proposizione logica.

3.1. Credenze di formato proposizionale

Avere una credenza è sapere qualcosa su qualcosa: ho una credenza quando ho creato un oggetto nella mia mente e su tale oggetto so qualcosa; l'oggetto nella mia mente è un **argomento**, ciò che so riguardo ad esso è un **predicato**. Un predicato è una proprietà attribuita a un argomento o una relazione fra due o più argomenti. L'insieme di un predicato con i suoi argomenti costituisce una proposizione. Questo è particolarmente chiaro nelle frasi di una lingua. Se dico

(1) *Andrea è biondo*,

Andrea è l'argomento, *biondo* è una proprietà che gli si attribuisce. In

(2) *Andrea è amico di Carlo*,

Andrea e *Carlo* sono due argomenti e *è amico di* è la relazione che si instaura fra i due argomenti. In

(3) *Carlo ha restituito la penna ad Andrea*,

ha restituito a è la relazione fra *Carlo*, *la penna* e *Andrea*.

Una proprietà fondamentale delle strutture proposizionali è la loro ricorsività, cioè il fatto che una struttura si ripete all'interno di se stessa: una struttura predicato-argomenti può avere un'altra struttura come uno dei suoi argomenti. Prendiamo queste due frasi:

(4) *Andrea ha visto Beatrice*

(5) *Andrea ha visto che Beatrice baciava Daniele*

Nel primo caso, la relazione *ha visto* è fra *Andrea* e un'altra persona, una singola entità, ma nel secondo ciò che *Andrea ha visto* è un intero evento: il fatto che *Beatrice baciava Daniele*; cioè ancora una struttura proposizionale, costituita dal predicato *baciava* e dai suoi due argomenti, *Beatrice* e *Daniele*.

Proprio per il principio della ricorsività, anche il significato di una parola può essere visto come una struttura proposizionale. Posso scomporre la frase (2) nelle parole che la costituiscono, ad esempio così:

(6)

X1 *Andrea*

X1 amico di X2

X2 *Carlo*

Qui ogni X è quel "qualcosa" di cui so qualcosa; ma ciò che so (le credenze che ho) sono proprietà di o relazioni fra quei "qualcosa": di X1 so che ha una proprietà, di essere *Andrea*; a X2 attribuisco la proprietà di essere *Carlo*, e fra X1 e X2 instaurò la relazione di essere *amici*.

3.2. Fonti di credenze

Le credenze sono risorse fondamentali per perseguire e raggiungere scopi, e vitali per l'animale uomo, che può fare molto meno affidamento degli altri animali sulla sua forza fisica e sulla sua agilità. Meno forti dei leoni, meno veloci dei ghepardi, dobbiamo essere più bravi ad acquisire ed elaborare credenze. Due questioni sono dunque particolarmente rilevanti per il funzionamento del nostro sistema cognitivo: 1. i modi in cui la nostra mente acquisisce o costruisce credenze – le loro "fonti" e 2. il modo in cui sono immagazzinate e connesse in maniera organizzata.

I meccanismi cognitivi attraverso cui le nostre credenze sono costruite, immagazzinate e organizzate sono cinque: percezione, memoria, inferenza, significazione e comunicazione. Percezione e comunicazione sono le "strade" delle nostre credenze, i modi per acquisirle; la memoria è la loro "casa", un sistema di immagazzinamento; l'inferenza e la significazione sono l'"officina" con macchinari di costruzione ed elaborazione di credenze.

Percezione. La percezione è la prima strada attraverso cui veniamo ad acquisire credenze. Certo, già in questo caso le credenze non sono introdotte nella mente in maniera non mediata: l'oggetto fisico incontrato dai nostri sensi attraverso la sensazione è rielaborato dalle leggi della percezione (Wertheimer 1912; Gibson 1979). Ma la sensazione e la conseguente percezione sono la nostra prima finestra sul mondo, il modo relativamente più diretto di acquisire credenze. Attraverso la modalità sensoriale del gusto, assaggiando un frutto sconosciuto vengo a conoscerne il sapore asprigno. Visivamente, vedo che Beatrice bacia Daniele e la credenza che acquisisco è

(7) *Beatrice bacia Daniele*

In questi casi la credenza che vengo ad assumere, cioè a intrattenere come conosciuta nella mia mente, è la stessa che ho percepito:

(8)

Csp (credenza sullo stimolo percepito) \equiv Ca (credenza assunta)

Memoria. Se già la percezione è elaborazione di credenze, ancor maggiore è questa ricostruzione nel secondo meccanismo, la memoria.

Poiché le credenze ci servono a perseguire scopi, una volta acquisite vengono immagazzinate per poterle recuperare quando servono. La memoria a breve termine conserva poche informazioni e per pochi secondi; nella memoria a lungo termine sono conservate, anche per tutta la vita, le credenze che possono rivelarsi utili in futuri perseguimenti di scopi; e nella memoria di lavoro facciamo interagire le credenze appena arrivate dalla percezione con quelle acquisite in passato e recuperate dalla memoria a lungo termine, per rielaborare le une con l'intervento delle altre. Ad esempio, assaggiando un frutto sconosciuto ne percepisco il sapore e lo categorizzo (traendone già una generalizzazione) come "asprigno": questo mi permette di immagazzinare non lo stimolo percepito specifico (il sapore di QUEL frutto) ma una credenza più generale su tutti gli esemplari di quella categoria nella memoria a lungo termine.

(9)

Csp (credenza sullo stimolo percepito) → Cg (credenza generale)

Cg (credenza generale) ≡ Ca (credenza assunta)

Quella immagazzinata nella memoria a lungo termine, dunque, non è direttamente la credenza percepita, ma una sua generalizzazione e codificazione astratta.

Inferenza. L'inferenza è la nostra terza fonte di conoscenze. Il termine "*inferenza*" qui è ambiguo, cioè ha due significati diversi. Da un lato chiamo **inferenza**, o "processo inferenziale", un processo cognitivo di generazione di credenze nuove da credenze preesistenti: in sostanza, la capacità di ragionamento. Qui comprendo fra i meccanismi di inferenza vari procedimenti logici, come induzione, deduzione, abduzione, attraverso cui da una o più credenze già assunte se ne possono generare di nuove.

L'altro significato del termine non si riferisce al meccanismo di generazione ma al suo risultato, la credenza generata. Chiamo in questo caso **inferenza** una credenza che non è acquisita tramite la percezione (né, come vedremo, grazie alla comunicazione diretta), ma generata autonomamente dalla mente, sulla base di credenze preesistenti.

Un esempio. Arrivando a casa da lontano, vedo che l'asfalto davanti al cancello è lucido. Questa credenza percepita dal contesto fisico

(10) C1: l'asfalto è lucido

interagisce con una credenza generale, immagazzinata nella memoria a lungo termine:

(11) C2: in genere l'asfalto diventa lucido a causa della pioggia

ma anche con una regola d'inferenza, anch'essa derivante dalla memoria a lungo termine:

(12) C3: quando è vero un effetto, è vera la sua causa.

Facendo interagire queste tre credenze, una specifica appena derivata dalla percezione e due generali immagazzinate nella memoria a lungo termine, posso trarre, per inferenza, una credenza completamente nuova:

(13) C4: è piovuto

E' una credenza specifica (non generale), relativa a un fatto concreto, e che tuttavia non avrei potuto acquisire tramite la percezione, visto che non c'ero mentre pioveva; dunque un'inferenza, generata autonomamente sulla base di conoscenze pregresse.

Questa generazione ex novo di credenze è possibile perché credenze derivanti da uno stimolo appena percepito e altre recuperate dalla memoria a lungo termine, interagendo all'interno della memoria di lavoro, danno origine a inferenze, cioè a credenze del tutto nuove. Ciò significa che la nuova credenza generata dipende in buona parte dalle credenze che

interagiscono, al punto che da una stessa credenza percepita posso trarre inferenze molto diverse a seconda delle altre con cui interagisce. Ad esempio, dalla stessa credenza percepita

(14) Beatrice bacia Daniele

posso inferire, a seconda delle altre credenze che ho sull'argomento, che

(15) Beatrice ama Daniele

o che

(16) Beatrice vuole col suo bacio indicare Daniele alla polizia

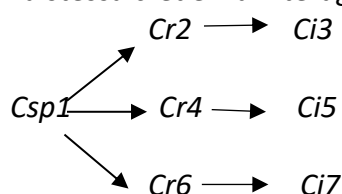
o che

(17) Beatrice sta recitando in un film.

Se la credenza sullo stimolo percepito Csp1 interagisce con la Credenza recuperata Cr2 dà luogo alla Credenza inferita Ci3; se interagisce con 4, genera 5, se interagisce con 6, genera 7 (Fig. 3).

Figura 3.

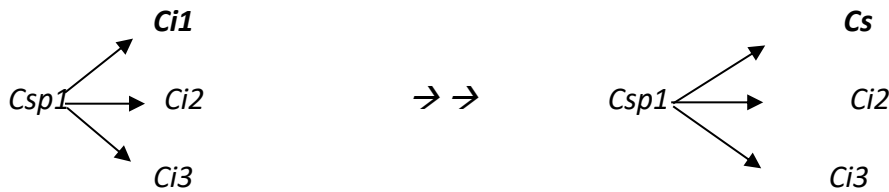
La stessa credenza interagendo con credenze diverse genera diverse inferenze



Un'inferenza è dunque una credenza nuova diversa da quelle acquisite dall'esterno; per questo il processo inferenziale è un meccanismo di moltiplicazione delle conoscenze, essenziale all'animale uomo, che si basa, nel perseguire i suoi scopi molto, più sulla sua capacità di acquisizione ed elaborazione di credenze che sulla sua forza o agilità fisica. L'inferenza è il più potente meccanismo di creatività della mente umana.

Significazione. Fra le tre inferenze che si possono trarre dal bacio di Beatrice a Daniele, una appare più frequente, plausibile e, per così dire, spontanea delle altre due, e probabilmente verrebbe tratta per prima da quella credenza percettiva: se Beatrice bacia Daniele, *significa* che lo ama. Questa inferenza più probabile, quella che facciamo più di frequente quando qualcuno bacia qualcun altro (esclusi appunto i casi cinematografici o quello di Giuda, abbastanza raro, e che forse nessun poliziotto preferirebbe per individuare un ricercato) si lega in modo talmente stretto e diretto alla credenza percettiva da diventare tutt'uno con quella, fino a costituirne il significato. Il **significato** è dunque un'inferenza così strettamente connessa a uno stimolo percepibile, che chiameremo **segnale**, da diventare la sua unica inferenza possibile, un'inferenza "obbligata". Se il meccanismo inferenziale è il regno della libertà, della possibilità di ricavare creativamente un numero molto alto di nuove credenze a partire da una data, nella significazione il legame fra la credenza percepita e l'inferenza che se ne ricava diviene più univoco e si cristallizza, cioè viene depositato nella memoria a lungo termine in modo da costituire un tutt'uno, una corrispondenza memorizzata fra un segnale e un significato: fumo significa fuoco, nuvole significano pioggia, febbre significa infiammazione (Saussure 1916; Peirce 1931-1935; Eco 1975).

Figura 4.
La credenza significata



Qui una sola delle inferenze possibili, Ci1 (Credenza inferita 1) diviene, per la sua maggiore probabilità e frequenza, la Credenza significata (Cs). Le altre restano semplici Credenze inferite.

Il **significato** si può dunque definire come un'inferenza tratta da una credenza percettiva (uno stimolo percepibile) talmente frequente e probabile che il legame fra le due credenze – percepita e inferita – non è più transitorio, precario e soggetto a opinione, perché o il risultato del processo inferenziale, o la scelta della regola inferenziale da applicare, hanno subito un processo di cristallizzazione, cioè di definitivo immagazzinamento nella memoria a lungo termine: l'uno o l'altra sono memorizzati. In un caso come quello del bacio, il processo inferenziale non è più flessibile ma obbligato, e così il legame fra le due credenze, percepita e inferita, viene memorizzato: l'inferenza viene fatta automaticamente, senza accorgersene, e alla fine la prima credenza *richiama* la seconda, fino a *stare per* la seconda.

In altri casi può accadere che non sia la credenza finale ad essere memorizzata e ricavata automaticamente, ma solo la regola inferenziale usata. Nei gesti della pantomima, tipo *sbattere le mani come fossero ali* per significare un uccello (Cap. 12), il significato non è memorizzato in precedenza ma deve essere compreso ex novo in base a un ristretto numero di regole di inferenza (qui, basate sulla somiglianza); e mentre i gesti creati di volta in volta non sono memorizzati, sono le regole di somiglianza che vengono immagazzinate in memoria.

Comunicazione. Come la percezione, e diversamente dall'inferenza, la comunicazione è un modo di acquisire credenze dall'esterno. Nella comunicazione veniamo ad avere credenze dagli altri, attraverso il meccanismo della significazione, cioè attribuendo significato a stimoli percettivi. Certo, vi sono vari modi in cui veniamo ad avere credenze grazie agli altri: se dalla finestra vedo che uno apre l'ombrello, posso capire che piove; ma in questo caso per la credenza che acquisisco dall'altro devo ringraziare solo me stesso, cioè la mia capacità di inferire dalle azioni gli scopi dell'altro, e da questi le condizioni del mondo: dallo stimolo percettivo (il signore ha aperto l'ombrello) ho inferito che non vuole bagnarsi, quindi che sta piovendo. Ma non ho *saputo da lui* che sta piovendo. Se invece lui, aprendo l'ombrello, si fosse volto verso di me e mi avesse indicato la pioggia, allora sì che la credenza era *comunicata*. Nella comunicazione vengo ad avere una nuova credenza proprio grazie al fatto che un'altra persona ha voluto farmela avere; e la differenza tra inferire una credenza dal modo di essere o di comportarsi di un'altra persona ed acquisirla tramite la comunicazione è come la differenza tra un furto e un regalo: le credenze che inferiamo dagli altri è come se le rubassimo, quelle che gli altri ci comunicano sono un regalo che ci fanno.

3.3. Metacredenze

Abbiamo visto che le rappresentazioni di formato proposizionale godono della proprietà della ricorsività. Un aspetto di questa proprietà è l'esistenza di **metacredenze**, cioè credenze che

abbiamo sulle nostre credenze (il prefisso “meta” ha l’effetto di ripetere un concetto attribuendolo a se stesso: la meta-matematica è la matematica della matematica; un metalinguaggio è un linguaggio sul linguaggio; e così via).

Sulle nostre credenze abbiamo tre tipi di metacredenze: sull’ambito, la certezza e la fonte.

1. **Ambito** di riferimento. Noi non abbiamo credenze solo sulla realtà: abbiamo i sogni, l’immaginazione, la fantasia, lo scherzo, la fiction. Io so che Paperone è molto avaro, ma so anche che esiste solo nella fantasia, come personaggio di Walt Disney. Nel sogno so che sto volando, ma quando mi sveglio so che le persone non volano. Di ogni credenza quindi sappiamo in quale ambito è valida e in quale no.
2. Ogni credenza è creduta con un certo **grado di certezza**. La certezza è la probabilità che attribuiamo a una credenza di essere vera, cioè rispondente alla realtà: di alcune cose siamo del tutto sicuri, su altre incerti, per altre ancora siamo certi che non sono. Il grado di certezza delle credenze è importante visto che su di esse ci basiamo nel perseguire scopi, e fa molta differenza se siano credenza certe o solo molto, poco probabili, o sicuramente non vere. Per questo, quando comunichiamo agli altri li informiamo anche sul grado di certezza che attribuiamo alle credenze che gli diamo, e lo facciamo con parole, costruzioni sintattiche, espressioni facciali: verbi come *sembra*, *ipotizzo*, *credo*, avverbi come *sicuramente*, l’indicativo per la certezza e il condizionale per l’incertezza, *innalzare le sopracciglia* per mostrarsi dubbiosi, *aggrottarle un po’* per mostrarsi certi e convinti.
3. Una terza metacredenza importante è quella sulla **fonte** delle nostre credenze. In genere noi sappiamo da dove ci viene una certa credenza: questo l’ho letto sulla rete, questo l’ho visto coi miei occhi, questo me lo ricordo bene. Anche questa informazione è rilevante perché a quelle stesse fonti tendenzialmente si attribuiscono diversi gradi di certezza: in certi sistemi giudiziari si accetta come testimonianza solo quella del “testimone oculare” e non il “sentito dire”. Per questo, in alcune lingue certi modi del verbo marcano l’informazione come percepita direttamente o meno; ma anche *alzare gli occhi al cielo* può significare che si sta pensando, cioè facendo inferenze.

Oltre ad avere metacredenze sulle fonti delle nostre credenze abbiamo anche metacredenze valutative su tali fonti: una stima di quanto ci si può fidare di ciascuna. Così, una persona anziana può avere dubbi sulla propria memoria; uno che sa di aver bevuto troppo non sarà certo di aver visto bene; uno con una bassa autostima può fidarsi più di ciò che gli dicono gli altri che dei propri ragionamenti; e un malfidato si fiderà più di sé stesso, delle proprie percezioni e inferenze, che di cose sapute da altri. Il grado di certezza di una credenza dipende dunque dalla quantità di fonti da cui proviene – se vengo a sapere una cosa sia dal mio collega A che dalla mia amica B, ci credo di più; ma dipende anche da una loro valutazione metacognitiva: se la fonte è la comunicazione, mi sento più certo di un’affermazione scientifica se proviene da un ricercatore che dall’ideologo di un partito.

3.4. L’organizzazione delle credenze nella memoria

Le credenze, qualunque sia la loro provenienza, nella nostra memoria a lungo termine non restano isolate ma si connettono fra loro e con le credenze preesistenti, costituendo, o andando ad integrarsi, in reti di credenze. Una **rete** è un insieme di credenze costituito da nodi e archi, in cui ogni nodo è una credenza e ogni arco è una relazione fra credenze. Il fatto che i nodi siano in relazione permette che ciascun nodo, tramite uno o più passaggi, si possa

connettere agli altri. Se in magazzino gli oggetti sono messi alla rinfusa, senza un ordine per catalogarli, quando te ne serve uno, come fai a recuperarlo? Poiché la memoria ha la funzione di immagazzinare solo per poi permetterci di recuperare le credenze quando ci servono per la pianificazione e il perseguimento di scopi, solo una memoria così organizzata ne rende il recupero possibile ed efficiente.

Le relazioni fra credenze sono di vario tipo:

- di tempo (*mercoledì viene dopo martedì*)
- di luogo (*il palazzo è sulla riva destra del fiume*),
- classe-sottoclasse (*un barboncino è un cane*)
- classe-esempio (*questo cane è un barboncino*)
- parte-tutto (*la caffettiera ha un manico*)
- causa-effetto (*l'influenza mi ha fatto salire la febbre*)
- mezzo-scopo (*prendo la metro per tornare a casa*)
- condizione (*se mangi sano non ingrassi*)
- contrasto (*anche se mangiavo sano, sono ingrassato*)

Queste relazioni fra le credenze nella rete sono come passerelle che permettono di passare dall'una all'altra, generando nuove credenze a partire da quelle già possedute; se ho la credenza X, e questa è legata da una relazione causa-effetto a una credenza Y, sapendo X posso inferire Y o viceversa: se so che ti è salita la febbre posso inferire che tu abbia l'influenza, dall'effetto inferisco la causa.

Collegare la nuova conoscenza a quelle preesistenti è la base di due processi fondamentali: capire e credere. **Capire** significa integrare nella rete la credenza nuova instaurando connessioni con quelle pregresse; spiegarsi qualcosa vuol dire capirne il perché, cioè collegarla con un'altra attraverso rapporti di spiegazione, come i nessi causa-effetto, mezzo-scopo o condizione. E quando la connessione fra una credenza nuova e una vecchia non è immediata si rende necessaria la generazione di una o più inferenze a fare da ponte, da passerella. Ma l'intessere legami, oltre a capire meglio, serve anche a rendere più salda la rete, perché quanto più le credenze si richiamano a vicenda, tanto più l'una fornisce una conferma all'altra, cioè ne aumenta il grado di certezza: la rende più credibile.

Per questo il confronto con le credenze pregresse è un importante banco di prova per quelle in entrata. Ogni nuova credenza viene passata a un vaglio per determinare quanto è compatibile con le preesistenti, cioè se si può collegare con esse al punto da poterne essere inferita. Il principio che governa questo esame è un requisito di non contraddizione fra la credenza nuova e quelle pregresse. Due credenze si considerano contraddittorie se l'una è o implica l'opposto dell'altra; ma la regola di non contraddizione vale soltanto fra credenze che hanno entrambe un alto grado di certezza e che appartengono allo stesso ambito di riferimento: non posso credere contemporaneamente queste credenze:

(18) in questo momento Beatrice è a Parigi"

(19) in questo momento Beatrice è a Roma,

ma possono convivere nella rete

(20) forse Beatrice è a Parigi

(21) forse Beatrice è a Roma

e anche

(22) So che Beatrice è a Parigi

(23) Ho sognato che Beatrice era a Roma".

Se questo controllo di compatibilità ha esito positivo, sia la credenza preesistente che quella in entrata ne ricevono conferma, risultando entrambe più certe. Ma se la credenza nuova è in contrasto con una o più credenze della rete, allora hai due alternative: o rifiutare la credenza nuova (dubbio, incredulità, sospetto) e mantenere salde quelle preesistenti, o al contrario attuare una “revisione delle credenze”, cioè ristrutturare in tutto o in parte il tuo quadro cognitivo, la tua visione del mondo. Nel primo caso vince il “senso critico”, cioè la tendenza a non dare per assodata una credenza prima di averla raffrontata a quelle già possedute. Nel secondo caso si accetta di aprirsi al cambiamento. E’ ciò che ha dovuto fare, alcuni secoli fa, sia la gente comune che la Chiesa quando si è trattato di cambiare prospettiva passando dal sistema tolemaico a quello copernicano. La nuova ipotesi di Copernico era in contrasto con tutto ciò che la gente del suo tempo era abituata a pensare: nella loro visione del mondo, tutto quadrava. Mi alzo la mattina, vedo il sole a est, poi fa il suo giro nel cielo e la sera lo vedo a ovest: sarà il sole che si muove, no? Ce l’ha detto anche la Bibbia che siamo al centro dell’universo. Insomma, a quell’epoca tutte le informazioni disponibili militavano a dimostrare che Tolomeo aveva ragione; per questo, non solo la Chiesa, in altro modo interessata, ma anche la gente comune non riusciva a collegare le proprie esperienze percettive, e il bagaglio culturale tramandato dalla chiesa stessa, con quella strana idea di un sole al centro e di una terra che gli gira intorno... Preferiva quindi rigettare la credenza nuova, piuttosto che dover rivedere tutte le proprie concezioni e cambiare il proprio orizzonte mentale.

L’organizzazione delle credenze in una rete ha dunque varie importanti funzioni:

- *recupero efficiente*. La connessione permette un recupero veloce ed efficiente delle credenze necessarie nel momento della pianificazione: il fatto che siano connesse le rende più memorizzabili
- *quantità*. La generazione di inferenze resa possibile o necessaria dal processo di integrazione di una credenza nuova ha fra gli altri l’effetto di aumentare la quantità e interconnessione delle credenze intrattenute nella rete
- *spiegazione e comprensione*. La connessione della credenza nuova con quelle pregresse permette di integrarla nella rete e così, ri-comprendendola, comprenderla meglio
- *controllo di compatibilità*. Il raffronto con la rete pregressa permette di porre un filtro di plausibilità sulle credenze nuove, rigettando quelle implausibili
- *decisione di credere*. L’esito positivo del controllo di plausibilità favorisce la decisione di credere, ossia l’accettazione delle credenze nuove plausibili
- *riconferma delle credenze pregresse*. Grazie al reciproco supporto fra credenze nuove e pregresse, si rinsalda la rete e il suo grado di certezza.

Riassumendo, su ogni credenza abbiamo una metacredenza sul suo grado di certezza, cioè sulla sua probabilità di essere vera e quindi affidabile per i nostri processi di pianificazione. Questo dipende in parte dalle metacredenze sulla sua fonte, in parte dal calcolo “certezza da compatibilità”, che può suscitare dubbi su una credenza pur proveniente da fonte affidabile, o confermarne una incerta.

Infine, visto che anche gli scopi sono rappresentazioni, l’esistenza di metarappresentazioni vale, come per le credenze, anche per gli scopi: posso avere una credenza su un mio scopo (voglio quella borsa, e so anche di volerla), o uno scopo sulla mia credenza (voglio sapere qualcosa di te, o voglio sapere che tu mi ami) (Castelfranchi 1985; Miceli, Castelfranchi 1994).

4. Gli altri

Forse la risorsa più rilevante dei sistemi umani per raggiungere scopi è l'interazione sociale. In base alle nozioni di scopo e credenza è possibile definirne i principali meccanismi.

4.1. Potere

Che cos'è il potere? I sociologi ne danno definizioni già intrinsecamente "sociali" – ad esempio, potere su qualcuno o potere di influenzare qualcuno – che implicano cioè la presenza di almeno due sistemi. Tuttavia è possibile partire da una nozione individuale di potere, basata sul concetto di scopo, e da questa dedurre le nozioni sociali. Cos'è il potere di un singolo sistema? Chiamiamo **potere-di** la probabilità che un sistema ha di raggiungere i suoi scopi (Russell 1938; Parisi, Castelfranchi 1976; Castelfranchi 2003); e diciamo che il sistema ha il potere-di rispetto al suo scopo *S* se ha nel suo repertorio l'azione appropriata per raggiungere *S*, e se sono soddisfatte le condizioni del mondo (compresa la disponibilità di risorse materiali) perché *S* si realizzi. Un processo che aumenta il potere-di dei sistemi è l'apprendimento, perché accrescendo il loro repertorio di azioni e credenze aumenta la loro possibilità di raggiungere scopi; un altro processo è il fornire opportunità, cioè condizioni favorevoli al loro perseguimento o raggiungimento.

Da questa nozione di potere-di possiamo dedurre quella di **mancanza di potere**, che può nascere da mancanza di condizioni o azioni nel repertorio – Robinson non può sfamarsi se non ci sono noci di cocco sull'isola, o se non sa arrampicarsi sulle palme. Una terza ragione è la mancanza di potere da scelta: se si sceglie fra due scopi in conflitto (es. arrampicarsi sulla palma invece di sdraiarsi sotto a riposare), per definizione perseguire l'uno impedisce di raggiungere l'altro.

Ma immaginiamo ora che sull'isola ci sia anche Venerdi, conoscitore delle palme piene di cocco e ottimo arrampicatore. Quest'altro individuo, rispetto allo scopo di sfamarsi, ha **più potere di** Robinson. Ecco dunque una prima nozione sociale di potere: il confronto di potere. In questo caso, dalla mancanza di potere di un sistema può nascere la **dipendenza** da altri sistemi: è dalla nostra finitezza, dalla nostra non-onnipotenza che nasce la socialità. Se *A* ha uno scopo *SA*, ma non sa compiere le azioni o non possiede le risorse materiali necessarie a perseguirlo, e *B* ha più potere di *A* rispetto a quello scopo perché possiede tali risorse o capacità, allora *A* dipende da *B*: una dipendenza oggettiva, che può però tradursi in dipendenza soggettiva se *A* sa di dipendere da *B*. Se Robinson ha fame di noci di cocco, ma non ha l'agilità per arrampicarsi sulla palma, mentre Venerdi è agile procacciatore di noci, Robinson è dipendente da Venerdi.

Dalla dipendenza di *A* da *B* nasce in *A* lo scopo di influenzare *B*. Definiamo **influenzamento sociale** il fatto che un individuo *A* faccia aumentare o diminuire la probabilità che un altro individuo *B* venga ad avere un certo scopo: Robinson chiede a Venerdi di dargli qualche noce. Ma dalla dipendenza nasce anche un nuovo tipo di potere sociale: il **potere su**. Robinson dipende dalla disponibilità di Venerdi a cogliere delle noci anche per lui. Ma poiché Venerdi ha "il coltello dalla parte del manico", cioè è detentore di capacità e risorse che servono a Robinson, ha potere di negoziare, cioè di pretendere che Robinson, in cambio delle risorse di Venerdi (della sua disponibilità a cogliere noci), faccia quel che lui vuole; e questo dà a Venerdi il **potere di influenzare** Robinson, cioè di determinarne gli scopi; scopi appetitivi – di fare qualcosa, o scopi aversivi – di non fare: Venerdi dà 20 noci a Robinson ma gli chiede in cambio il suo panciotto, o gli proibisce di avvicinarsi al suo totem di legno. La differenza fra potere su

e potere di influenzare è questa: il potere di B su A è il potere di B di fare (o *non* fare) azioni che servono ad A (un potere di premiarlo o di fornirgli incentivi), mentre il potere di B di influenzare A è il fatto che, per ottenere da B ciò che gli serve, A deve fare ciò che vuole B.

4.2. Relazioni e interazioni sociali

Possiamo definire **territorio** il luogo fisico o mentale che contiene risorse utili al perseguimento di scopi di uno o più sistemi: il mio orticello in cui coltivo pomodori o palme da cocco; ma anche la disciplina universitaria che io insegno: guai se qualcun altro dà una tesi sugli argomenti che considero appannaggio della mia cattedra! Quando in un territorio coesistono due o più sistemi che possono o devono attingere alle risorse ivi contenute, si instaurano relazioni fra i loro rispettivi scopi, e l'azione dell'uno può interferire con gli scopi dell'altro.

Vi è **conflitto** fra gli scopi di due sistemi quando il raggiungimento dello scopo dell'uno implica la frustrazione di quello dell'altro (se la noce la coglie Venerdì, non la può cogliere Robinson): e il conflitto fra i loro scopi implica **concorrenza** fra i due sistemi, per il fatto che entrambi dipendono dalla (hanno bisogno della) stessa risorsa. Dalla concorrenza, che è una relazione oggettiva, può nascere la **competizione**: il fatto che i due o più sistemi, in concorrenza sulla stessa risorsa, hanno ciascuno lo scopo che non la possa utilizzare l'altro. E per questo possono ricorrere all'**aggressione**, cioè ad azioni che mirano a compromettere gli scopi dell'altro, a provocargli un danno. Robinson ferisce Venerdì prima che possa cogliere le noci, o gliela ruba nottetempo, invadendo il suo territorio. In questo caso, dalla scarsità di risorse, cioè dalle mancanze di potere dei sistemi, nascono azioni negative: azioni che, invece di realizzare scopi, compromettono quelli di altri.

In altri casi, tuttavia, dalla mancanza di potere nasce un'interazione positiva: l'adozione. Definiamo **adozione** di scopi il fatto che un sistema si fa regolare da uno scopo dell'altro, lo persegue come fosse uno scopo suo, cioè aiuta l'altro a raggiungerlo: vedendo che Robinson ha fame, Venerdì generosamente gli dona le sue noci. L'adozione è un meccanismo di moltiplicazione delle risorse e capacità dei sistemi. Ve ne sono vari tipi, alcuni interessati, perché si adotta lo scopo dell'altro in realtà mirando a scopi propri – l'appropriamento, lo scambio, la cooperazione e l'osservanza di norme – e altri disinteressati, di adozione fine a se stessa, solo per il bene dell'altro – l'affetto e l'altruismo.

E' **appropriamento** se dal barbiere faccio passare un altro prima di me solo per vedere se il barbiere è bravo, o se non intaso le prenotazioni del vaccino per vedere se sugli altri ha reazioni avverse; **scambio** se faccio qualcosa per l'altro con l'accordo che l'altro faccia qualcosa per me: mi faccio fare la barba e poi pago il barbiere; **cooperazione** se io e l'altro operiamo per uno scopo comune: Venerdì prende sulle spalle Robinson e lui prende noci per entrambi; è **osservazione di norme** (o adozione normativa) quando lascio passare l'altro automobilista per rispettare il rosso.

Nell'adozione disinteressata dell'**affetto** ci si prodiga per chi si ama senza voler nulla in cambio, come la mamma per il suo bambino; nell'**altruismo** ci si sacrifica per l'altro, e solo per il suo bene; come quelli che salvano vite in mare a prezzo di alti costi e possibili persecuzioni politiche.

Un tipo di adozione altruistica è quella **tutoria**, in cui uno adotta gli interessi dell'altro, cioè degli scopi che l'altro ha ma non persegue perché non sa neppure di averli o vi preferisce altri scopi: come il bimbo cui la mamma toglie il coltello affilato, o il paziente a cui il medico

proibisce i fritti che gli fanno male al fegato. Un tipico rapporto tutorio è il rapporto pedagogico.

Tutte le forme di adozione sono utili alla sopravvivenza e alla riproduzione di sistemi animali; e anche l'altruismo, diversamente da ciò che porterebbe a pensare la visione pessimistica di certa psicologia sociale (Gergen, Gergen 1986), è adattivo, perché l'adozione di scopi altrui, seppure in certi casi con sacrificio del sistema che adotta, potrà essere restituito, magari non direttamente ma per via indiretta: come in una "cassa depositi e prestiti", il bene fatto da me lo potrò un giorno ricevere, se non da chi ho beneficiato, da altri; e se mi sono sacrificato, altri potranno beneficiare la mia discendenza, o qualcuno a me legato (Trivers 1971; Castelfranchi 1991). Questo meccanismo tuttavia funziona solo se vige su tutti una norma di equità e quindi di reciprocazione, forse meno formalizzata ma più cogente addirittura che nei patti di scambio; al punto che il sistema che dopo aver ricevuto adozione non reciproca è considerato ingiusto, cattivo, il "cheater", l'imbroglione che finge di stare alle regole sociali ma persegue solo i propri scopi (Trivers 1971).

Con gli altri dunque possiamo avere interazioni e relazioni positive o negative, di adozione o di aggressione, essere altruisti o egoisti; o magari non instaurare rapporti con loro. Questo lo decidiamo in base all'immagine che abbiamo di loro.

4.3. Valutazione

Una **valutazione** è una credenza su quanto un oggetto, un evento o una persona ha o dà ad un sistema il potere-di necessario a raggiungere un suo scopo. La nostra valutazione è positiva per ciò che è un mezzo adeguato per un nostro scopo e negativa per ciò che non è utile o addirittura è controproducente. Vi sono infatti due tipi di valutazioni negative: una valutazione di impotenza, incapacità, inadeguatezza su qualcuno o qualcosa che non ha il potere necessario rispetto a un certo scopo; e una di dannosità, pericolosità, se ha sì un potere, ma il potere di danneggiare, cioè di compromettere qualche scopo: il coltello è inadeguato se non taglia bene il salame, ma è cattivo se è troppo affilato e mi ci posso tagliare; un insegnante può considerare inadeguato uno studente non molto brillante e pericoloso uno che dà fastidio ai compagni. Questi tipi di valutazioni possono suscitare emozioni diverse in chi valuta e in chi è valutato: l'incapacità provoca vergogna nel valutato, e compassione o superiorità in chi valuta; un giudizio di pericolosità può far sentire in colpa, ma anche provocare soddisfazione o senso di potenza in chi ne è oggetto, e suscitare paura o rabbia in chi lo valuta.

Noi umani concepiamo valutazioni su qualsiasi cosa o persona, in ogni momento, perché valutare ci serve in ogni fase del perseguimento di scopi: a determinare il valore di scopi alternativi e le loro probabilità di raggiungimento per decidere in caso di conflitto e scelta fra scopi; a scegliere le azioni più adeguate; a capire quali sono le condizioni più favorevoli. Valutiamo tutto rispetto a diversi "criteri di valutazione", cioè a scopi diversi: estetici, morali, di utilità pratica; e valutiamo le persone come belle o brutte, egoiste o altruiste, giuste o ingiuste, stupide o intelligenti, oneste o immorali, perché dal nostro giudizio dipende il tipo di interazione o di relazione che vorremo instaurare con loro: con le nostre valutazioni ci costruiamo un'immagine dell'altro.

4.4. Immagine e autoimmagine

L'**immagine** di un sistema A è l'insieme di credenze valutative e non valutative che un sistema B ha su A. Un esempio di immagine non valutativa è quella che potrebbe usare B per descrivere A, oppure A per descrivere se stesso, in modo "neutro": *"E' una donna, nata in Svizzera, il 20 giugno 1980, altezza 1,60, occhi e capelli castani, impiegato comunale"*. Ma già questo esempio ci mostra come sia difficile trovare informazioni del tutto scevre di valutazione, visto che quelle stesse credenze ci possono sembrare valutative. Se è svizzera penseremo a una persona precisa, il colore dei capelli ci pare anodino, il suo lavoro prestigioso o meno, la data di nascita, con relativo segno zodiacale, sarà indizio di chissà quali caratteristiche... Quindi l'immagine che ci facciamo di una certa persona è quasi sempre un'immagine valutativa.

Ma a che serve farci un'immagine degli altri, e a nostra volta dare a loro un'immagine di noi stessi? L'immagine è funzionale all'adozione: B, per decidere se adottare gli scopi di C o di A, ossia se avere un'interazione positiva con l'uno o l'altro, si chiede chi dei due risponda meglio a certi requisiti (sia da valutare positivamente rispetto a certi scopi). E "rispondere meglio" vuol dire che A e C devono mostrare a B un'immagine positiva.

Per questo noi tutti abbiamo scopi legati all'immagine: io ho un **scopo dell'immagine dell'altro**, cioè di valutare l'altro e capire se e quanto "mi piace", rispetto a vari criteri di valutazione; uno **scopo dell'immagine** – far sì che l'altro si crei un'immagine di me, sia non valutativa (la mia identità) che valutativa; ma voglio anche che l'immagine che si fa sia positiva: ho uno **scopo della buona immagine** (che può anche implicare il tentativo di apparire meglio di quanto so di essere).

Poiché l'immagine ci serve per ricevere adozione, a parte alcuni criteri di valutazione rispetto ai quali tutti vogliamo dare un'immagine positiva di noi stessi, i diversi tipi di adozione cui puntiamo determinano criteri di valutazione differenti: valuterò diversamente una persona a seconda che debba assumerla come impiegato o instaurarci un rapporto di amicizia. Ma se la valutazione è la strada per l'adozione, lo scopo della buona immagine, cioè essere valutati positivamente (da molti punti di vista, o da quelli che più contano per noi) diventa uno scopo particolarmente importante che regola il nostro comportamento e il nostro modo di essere in tutti i momenti della nostra vita (Castelfranchi 1988). Questo anche perché ricevere adozione da altri aumenta il nostro potere, visto che ci dà, proprio grazie all'altrui aiuto, maggiori probabilità di raggiungere i nostri scopi, innescando così un circolo virtuoso per cui più gli altri ci apprezzano, più ci accorderanno il loro favore, e così via; fino al paradosso che gli altri tanto più ti cercano e ti offrono il loro aiuto quanto più ti vedono abile, potente, cioè in realtà non bisognoso di aiuto.

Tuttavia, noi non valutiamo solo gli altri, ma anche noi stessi. L'**autoimmagine** è l'insieme di credenze valutative e non valutative che A ha di se stesso, ed è funzionale a vari scopi: da un lato conoscere se stesso, i suoi talenti e i suoi limiti per sapere quali scopi può più efficacemente perseguire; dall'altro per avere un senso del proprio valore e – perché no – amarsi di più (il suicidio è spesso determinato da una drammatica svalutazione di se stessi). Per questo io ho, oltre a **credenze sulla mia autoimmagine**, anche lo **scopo dell'autoimmagine oggettiva** – sapere quanto valgo davvero. Ma, con una potenziale contraddizione, ho anche – e molto importante – lo **scopo dell'autoimmagine positiva**: voglio pensare bene di me stesso. L'**autostima**, così importante per sostenere la nostra azione e darci fiducia in noi stessi, è il grado di sovrapposizione fra il nostro scopo dell'autoimmagine – come vorremmo essere – e le nostre credenze di autoimmagine – come pensiamo di essere in realtà (Miceli 2000): quanto più le credenze si discostano dai relativi scopi, tanto più bassa

è la nostra autostima. D'altra parte pensare bene di noi stessi è uno scopo così importante, che il non raggiungerlo ci può indurre addirittura all'autoinganno, fino a crederci chissà chi... Immagine e autoimmagine sono fortemente connesse, e in parte si determinano a vicenda; ma in una personalità ben adattata l'autoimmagine non è troppo dipendente dall'immagine, da "ciò che pensa la gente".

4.5. Competizione e gerarchia

Come si è visto, fra due sistemi si può operare un confronto di potere e capire chi ha più potere rispetto a un certo scopo o serie di scopi: questo gli conferirà una migliore immagine (cioè una serie di valutazioni positive più numerose o su criteri più importanti), rendendolo più ammirato e, ricercato: considerato più degno di adozione. Per questo le persone cercano di esibire le proprie qualità e capacità, e di mostrare come siano superiori a quelle di altri, mettendosi in **competizione**, oltre che sulle risorse materiali, anche su una risorsa simbolica fondamentale: l'apprezzamento e l'adozione altrui.

Tutto questo è la base per costruire **gerarchie di poteri**. Il confronto di potere può decretare un vincitore una volta: se A è quello che ha ucciso più nemici in battaglia, è stato in quell'occasione il più forte; ma se tale superiorità si ripete in altre occasioni o in altri ambiti, il suo maggiore potere si ipostatizza: A è il più forte. E tale superiorità spesso prelude e giustifica il passaggio dal *più potere di* al *potere su*: chi ha più potere degli altri, ha capacità che loro non hanno e di cui possono avere bisogno; e da questa loro dipendenza può nascere il suo potere di influenzare.

Vi sono rapporti di interdipendenza e reciproca determinazione fra conflitto, competizione e gerarchia. Da un lato, poiché l'avere una posizione alta nella gerarchia dà importanti vantaggi, i sistemi possono competere per le posizioni superiori – come i cervi che combattono per la supremazia sul branco; e alla fine lo stabilirsi della gerarchia attribuisce i rispettivi ruoli e poteri e pone fine al conflitto; al punto che alcuni autori ipotizzano che la funzione delle gerarchie sia proprio minimizzare i conflitti (Pareto 1916). Ma è la gerarchia che pone fine alla competizione, o la competizione che serve a stabilire la gerarchia?

5. Gli scopi vitali dell'umano

Da questi meccanismi che governano l'interazione sociale fra gli umani, possiamo dedurre quali siano gli scopi più importanti che regolano la nostra vita. Secondo la mia ipotesi (Poggi, 2008) gli individui della specie umana hanno, tutti, un piccolo numero di scopi molto importanti, perché direttamente finalizzati alle funzioni biologiche specifiche degli umani. E se le funzioni biologiche che regolano gli umani sono scopi esterni, questi scopi sono invece interni, cioè rappresentati nella nostra mente, sebbene non sempre meta-rappresentati, ossia pensati coscientemente. Non sono, a rigore, scopi terminali, cioè fine a se stessi, privi di sovrascopi, perché sono spesso sottoscopi l'uno dell'altro; ma sono scopi "vitali", cioè necessari al nostro adattamento. E sono "fissi" o "permanenti" perché ci regolano in qualunque momento della nostra vita, anche se a volte sembrano dormienti: se sto facendo lezione perseguo un dovere lavorativo o un interesse intellettuale; ma se all'improvviso vedo delle fiamme nel cestino vicino alla lavagna scappo velocemente: lo scopo della sopravvivenza era sempre lì, anche se latente, ma visto che la situazione lo ha messo in pericolo si è attivato e regola la mia azione.

Ma quali sono questi scopi “vitali”? La “teoria sequenziale dei bisogni” di Maslow (1954), ben rappresentata da una piramide, ipotizza che gli scopi dell’umano siano in un ordine, dalla base al vertice, che va da quelli fisici (come fame, sete, sesso) a quelli più immateriali (come l’autorealizzazione), e che questi non possano venir perseguiti finché i precedenti non sono soddisfatti: come direbbe Woody Allen, “appena l’uomo smise di preoccuparsi perché non mangiava, cominciò a preoccuparsi di non avere un’amante”.

Tuttavia l’idea non è poi così convincente: che dire di Bobby Sands che per un ideale si lascia morire di fame, o anche solo del senza dimora che preferisce stare per strada al freddo pur di non rinunciare alla sua dignità di uomo libero? Ma allora non è che alcuni scopi siano *sempre* più irrinunciabili di altri; semmai vi è un piccolo numero di scopi che abbiamo tutti in ogni momento della nostra vita, perché sono tutti funzionali agli scopi biologici della sopravvivenza e della riproduzione.

Ecco quali sono, secondo questa ipotesi, gli scopi che abbiamo tutti noi umani:

1. Scopi di **reintegrazione** delle energie biologiche e **prevenzione di danni**: nutrizione, riposo, igiene, protezione dai pericoli, preservazione della sopravvivenza e del benessere fisico
2. Scopo del **potere sulle risorse dell’ambiente**: di acquistare e mantenere un territorio per il sostentamento proprio e dei propri discendenti
3. Scopo di apprendimento: acquistare e saper usare **credenze e capacità di azione**
4. Scopo di ricevere adozione: **attaccamento e affiliazione**, relazioni sociali positive con gli altri;
5. Scopo di adottare gli scopi di altri: **altruismo**
6. Scopo di **equità e reciprocità**: evitare disequilibri fra le fortune proprie e di altri, e quindi reciprocare l’adozione da parte di altri, e ottenere reciprocazione alle proprie adozioni, ma anche reciprocazione dell’aggressione
7. Scopo dell’**immagine**: essere valutato positivamente dagli altri, per ottenere la loro adozione
8. Scopo dell’**immagine dell’altro**: valutare gli altri per decidere che relazioni instaurare con loro
9. Scopo dell’**autostima**: valutare positivamente se stessi

Questi scopi sono innati e universali, li abbiamo tutti e in tutti i momenti della nostra vita; anche se il loro valore, che determina la scelta per l’uno o l’altro in caso di conflitto, può variare da persona a persona e da cultura a cultura. Questi scopi infatti, tutti di per sé molto importanti, possono entrare in conflitto; e quale dei due ognuno preferirebbe perseguire, e a quale rinunciare, dipenderà dalla sua cultura e dalla sua personalità, che attribuiscono maggiore o minor valore a quegli scopi. Di fronte alla scelta fra la vita propria e quella di molti padri di famiglia un altruista preferirà l’autodenuncia. Durante una pandemia lo scopo della salute (reintegrazione) può entrare in conflitto con quello dell’economia (potere sulle risorse dell’ambiente), e una cultura o un’ideologia che dà più importanza all’una può decidere di sacrificare l’altra.

Farsi un quadro degli scopi che tutti gli umani hanno è importante per capire su quali far leva per influenzare gli altri: è questo l’oggetto delle ricerche di marketing e dei sondaggi politici, perché sia la pubblicità che la propaganda nei loro messaggi devono fare riferimento proprio a questi scopi “alti” per generare e attivare in potenziali acquirenti o elettori lo scopo di cosa comprare o per chi votare. Ma per capire quali sono è utile anche indagare le emozioni degli umani, che si attivano proprio quando sono in ballo quegli scopi importanti.

6. Le emozioni

L'emozione è un meccanismo adattivo che ha la funzione di monitorare lo stato di raggiungimento o compromissione degli scopi fondamentali di molti sistemi animali, fra cui l'uomo. Ogni volta che il sistema assume, consapevolmente o meno, che un suo scopo di alto valore adattivo è o è probabile che sia raggiunto o compromesso a causa di un evento reale, immaginato o ricordato, si innesca uno stato soggettivo complesso che comprende

1. aspetti cognitivi: credenze, immagini, aspettative, valutazioni, attribuzioni causali. Mi vergogno per una valutazione negativa di me stesso, mi sento in colpa per un danno ad altri di cui mi sento responsabile;
2. sentimenti soggettivi, piacevoli per sicuri o probabili raggiungimenti di scopi (es. felicità o speranza), spiacevoli per sicure o probabili compromissioni (rabbia o paura)
3. reazioni fisiologiche (arousal, aumento del battito cardiaco, sudorazione...);
4. reazioni espressive (rossore, pallore, tensione muscolare...)
5. attivazione di scopi specifici da perseguire con alta priorità e urgenza (la paura scatena la fuga, la rabbia l'aggressione, la pena l'impulso ad aiutare).

Le emozioni sono dunque fortemente connesse agli scopi perché

- a. sono funzionali a monitorarne l'ottenimento (Frijda 1986; Castelfranchi 2000): la paura sorveglia gli scopi della sopravvivenza e del benessere fisico, la rabbia lo scopo della giustizia (Aristotele 1973; Averill 1982; D'Urso 1995), il senso di colpa lo scopo dell'equità, la pena quello dell'altruismo, orgoglio e vergogna gli scopi dell'immagine e dell'autoimmagine;
- b. attivano scopi, cioè hanno un alto potere motivazionale;
- c. diventano scopi esse stesse, perché chi prova un'emozione piacevole vuole riprovarla, se spiacevole cercherà di evitare azioni che gliela facciano provare ancora; quindi le emozioni hanno una funzione di apprendimento per rinforzo.

Se le emozioni sono un meccanismo di monitoraggio degli scopi più importanti, scoprire quali emozioni si provano più spesso ci permette di capire quali scopi sono in ballo in quei contesti: un'alta frequenza di sentimenti di vergogna e umiliazione in ragazzi di seconda media fa sospettare una situazione di bullismo che mette in crisi il loro scopo dell'immagine.

Le emozioni si possono infatti raggruppare in "famiglie" in base agli scopi che sorvegliano.

Alcune corrispondono agli scopi di **reintegrazione e prevenzione danni**: le "emozioni di meta-regolazione" che ci avvertono del raggiungimento o compromissione di uno scopo non meglio specificato. Sono le emozioni positive di piacere, gioia, speranza e quelle negative di dolore e frustrazione. Vi sono poi "emozioni della sopravvivenza" – paura, ansia, preoccupazione, disgusto – funzionali alla prevenzione di danni, in origine di tipo fisico ma poi anche morali, a sé e ad altri significativi. Si provano invece emozioni "cognitive" (o "della mente", Levorato 2000), come interesse, sorpresa, curiosità, divertimento, esperienza di flusso (Csikszentmihaly 1990), suspense, noia, disorientamento, quando è in ballo lo scopo di acquisire ed elaborare credenze: stati emotivi funzionali allo scopo dell'apprendimento.

Vengono poi le emozioni "sociali" in senso stretto, relative al tipo di relazione che vogliamo intrattenere con un'altra persona, e che rendono saliente uno scopo di interagirvi in modo adottivo o aggressivo. Quelle "dell'attaccamento e dell'affiliazione", che sorvegliano lo scopo di ricevere adozione da persone o da gruppi: come amore, tenerezza, senso di appartenenza, senso di solitudine e senso di esclusione; e quelle "dell'aggressività", che proviamo quando

vogliamo il male dell'altro: il gongolare e la gioia maligna, cioè godere della disgrazia altrui; e poi malanimo, rabbia, odio, antipatia, invidia, gelosia.

Ancora, vi sono le "emozioni **del potere**", legate allo scopo di aver più potere di altri, o di non averne di meno, positive senso di potenza e senso di trionfo, negative invidia e umiliazione.

Sono "emozioni **dell'altruismo**", legate allo scopo di adottare scopi altrui, simpatia, pena e senso di colpa. Quelle "**dell'equità**" controllano lo scopo della reciprocazione e si provano quando si sente scardinato l'equilibrio tra le fortune nostre e dell'altro: gratitudine, quando siamo in debito e sentiamo di dover reciprocare; rabbia, senso di vendetta, senso di ingiustizia, quando ci sentiamo vittime in una situazione di squilibrio; pena e senso di colpa quando ne è vittima l'altro.

Infine le emozioni "**dell'immagine**", gratificazione e orgoglio, imbarazzo e umiliazione; "**dell'autoimmagine**", come soddisfazione, orgoglio e vergogna; e "**dell'immagine dell'altro**", che marcano con un'emozione la nostra immagine dell'altro inducendo ad intrattenerci una relazione positiva o negativa: stima e ammirazione, disgusto e disprezzo.

L'ipotesi di questo lavoro è che tutti gli individui della specie Uomo hanno gli scopi qui rappresentati: della sopravvivenza, della conoscenza, dell'immagine, dell'autoimmagine e dell'immagine dell'altro; lo scopo di essere adottati e quello di adottare gli scopi di altri; lo scopo di difendersi dalle aggressioni, eventualmente anche con l'aggressione, quello di avere più potere di altri e quello di influenzarli. E se le emozioni sorvegliano questi scopi, la loro occorrenza è un sintomo di quali scopi sono raggiunti o compromessi, utile per misurare la qualità della vita sul lavoro (Poggi, Germani 2004), nella scuola e in altre situazioni.

7. L'influenzamento sociale

Si definisce **influenzamento** il fatto che un sistema A faccia aumentare o diminuire la probabilità che un sistema B persegua uno scopo: influenzare gli altri è determinare i loro scopi. L'influenzamento può essere egoistico o altruistico, cioè lo scopo che cerco di far perseguire all'altro può essere uno scopo solo (o più) mio – come quando chiedo a mio figlio di portare giù il cane – o uno scopo che tutela i suoi interessi – se gli raccomando di guidare con prudenza.

Si influenzano gli altri modificando o l'assetto dei loro scopi o le loro credenze. Si modifica l'assetto degli scopi di una persona, ad esempio, con la seduzione: se ti faccio innamorare di me, tu farai quello che voglio io. A volte l'altro ha già lo scopo che vorrei ma non lo persegue perché ne preferisce altri per lui più importanti, e allora posso accrescere l'importanza di quello scopo per farglielo preferire a scopi concorrenti: B vorrebbe dimagrire ma desiste dall'intento perché ad ogni pranzo la tentazione dei carboidrati supera la voglia di vedersi snello; ma se A, cui B fa la corte, dice che le piacciono i magri, il desiderio di dimagrire può superare l'attrazione per gli spaghetti. Altre volte B ha quello scopo, ma non attivo, ed A lo risveglia, magari attraverso un'emozione. Nel film Rio Bravo, con John Wayne sceriffo preso di mira dai banditi c'è il suo aiutante Dean Martin, pistolero infallibile ma ormai dedito all'alcool, che ha perso la fiducia e il rispetto di se stesso. Wayne, in attesa del duello finale coi cattivi, lo insulta umiliandolo per la sua degradazione: lo stratagemma funziona, e Martin in un sussulto di orgoglio ritrova la sua perizia e combatte vittoriosamente insieme a lui. Paradossalmente, l'umiliazione ha risvegliato lo scopo di riscattarsi.

Un altro modo di influenzare è far prendere coscienza all'altro dei suoi scopi: direttamente (come i giornali femminili degli anni '70 che fanno prendere coscienza alla casalinga frustrata

che non è una donna oggetto); o indirettamente, facendo riconoscere all'altro le condizioni di realizzazione di uno scopo o le proprie capacità. Il primo è il meccanismo della tentazione, del "cogliere l'occasione", della vendita in saldo, del consumismo: non mi serve un cappotto nuovo, ma costa così poco, lo prendo; il secondo è il talento del talent scout, che valorizzando il temperamento drammatico di uno studente in una recita scolastica gli fa venire voglia di fare l'attore.

Parte II

La comunicazione

Capitolo 2

La comunicazione

1. Prima della comunicazione: percezione, inferenza, significazione

Su una strada molto trafficata vedi un certo numero di persone in circolo che guardano tutte in giù. Dalla scena potresti immagazzinare in memoria queste credenze:

(1)

C1: ci sono alcune persone sulla strada

C2: le persone, con la loro postura e collocazione, formano un cerchio

C3: le teste delle persone sono volte in basso

Ma potresti immagazzinare anche queste:

(2)

C4: le persone sulla strada guardano per terra

C5: per terra c'è una persona

C6: le persone sulla strada pensano a come soccorrere la persona che sta per terra

C7: c'è stato un incidente

In che cosa differiscono queste credenze? Innanzitutto, le credenze C1-C3, diversamente da C4-C7, in un certo senso sono "solo" credenze percettive, in cui la credenza acquisita coi sensi coincide con quella immagazzinata in memoria: ciò che vieni a sapere è ciò che hai visto. C4-C7 invece sono tutte acquisite attraverso un processo inferenziale: ciò che immagazzini in memoria non è ciò che hai visto, ma ciò che ne inferisci. Inoltre, la credenza C4 differisce da quelle da C5 a C7 quanto a complessità inferenziale, nel senso che C4 (le persone sulla strada guardano per terra) è molto facilmente inferibile dalla credenza percettiva C3 (le teste delle persone sono volte in basso), mentre le altre tre richiedono un percorso inferenziale più lungo, che richiede fra l'altro di combinare C3 con altre credenze precedenti. Comunque, visto che dalle credenze percettive 1-3 si possono ricavare inferenze (4-7, ma forse anche altre) possiamo chiamarle "indizi".

Un *indizio* è una credenza percettiva da cui chi percepisce, facendola interagire con altre credenze, di fatto trae una o più inferenze. Tali inferenze però sono "indeterminate", cioè possono essere diverse a seconda delle altre credenze con cui interagiscono: non c'è una particolare ragione per cui da 1-3 si debba inferire necessariamente 4-7: se varie persone guardano per terra, potrebbe essere che hanno visto un gioiello perso da qualcuno, o un topo che esce da un tombino. L'inferenza che si fa è determinata solo dalle credenze pregresse con cui l'indizio si combina.

Immagina ora che quella sia una strada notoriamente pericolosa, e che spesso, vedendo gruppi di persone che guardano in basso, tu abbia fatto la stessa inferenza "incidente": alla fine, dalle credenze 1-3 passi direttamente alla credenza 7: "capannello di persone che guardano per terra" *significa* "incidente". Poiché dalla stessa credenza percettiva è stata ripetutamente e sistematicamente tratta la stessa inferenza, si è creata un "scorciatoia" tra lo stimolo percepito e quell'inferenza: così lo stimolo è divenuto un *segnale*, e l'inferenza è il suo *significato*.

Definiamo dunque **segnale** uno stimolo fisico percepibile a cui, nella memoria a lungo termine di almeno un sistema, è sistematicamente collegata una specifica credenza, che chiamiamo **significato**. Il collegamento fra segnale e significato è "codificato", cioè depositato in memoria

in maniera duratura: fra tutte le inferenze che si potrebbero trarre dallo stimolo percepibile, una diviene “privilegiata”, cioè marcata da un più alto grado di certezza, e viene attivata più facilmente e frequentemente. Ciò è utile perché 1) trarre quell’inferenza dallo stimolo percepibile diventa più facile, veloce, automatico, cognitivamente meno pesante, cioè non richiede ogni volta un nuovo processo inferenziale; 2) il collegamento fra lo stimolo percepibile e l’inferenza può essere socialmente condiviso, cioè essere depositato nella memoria a lungo termine di più sistemi.

Immagina ora invece che tu sia un vigile, e che una persona di quelle in circolo sulla strada venga da te a dirti: “C’è stato un incidente”. Anche da questo comportamento vieni ad avere la credenza C7; ma questa volta non è grazie al tuo ragionamento – le tue inferenze – né grazie alle tue conoscenze sugli eventi e su cosa significano – la significazione; questa volta è qualcuno che te la *comunica*.

2. La comunicazione

Innumerevoli sono le definizioni di comunicazione proposte in ambito matematico, computazionale, sociologico, linguistico, semiologico e psicologico.

Ecco la nostra definizione secondo il modello in termini di scopi e credenze presentato.

Definiamo **comunicazione** il fatto che un sistema Mittente (M) ha lo scopo di far avere a un altro sistema Destinatario (D) una credenza (C) attraverso il meccanismo della significazione, e per questo scopo produce un segnale comunicativo (sc) che M assume sia collegato, nella mente sia di M che di D, alla credenza C, che di sc è il significato. Il segnale comunicativo sc è prodotto dal Mittente in una certa Modalità Produttiva (MP) (ad esempio un gesto o una parola) e percepito dal Destinatario in una corrispondente Modalità Recettiva (MR) (come vista o udito), ed è collegato al significato C attraverso un Sistema di Comunicazione (SC), un insieme di regole per mettere in corrispondenza segnali e significati (es., un lessico, una lingua).

Nei prossimi paragrafi analizzeremo in dettaglio i singoli elementi di questa definizione – Mittente e Destinatario, Segnale e Significato, Modalità e Sistema di Comunicazione. Qui vediamo quali sono le condizioni necessarie e sufficienti perché si possa parlare di *comunicazione* (o processo comunicativo) e di *segnali comunicativi* e non semplicemente indizi o segnali informativi; e quali condizioni invece, benché considerate importanti in altri modelli della Comunicazione, non sono né necessarie né sufficienti per la comunicazione nel senso qui inteso.

2.1. Condizioni necessarie

Le condizioni necessarie e sufficienti perché si possa parlare di processo comunicativo sono:

1. la presenza di un Mittente
2. la presenza di uno Scopo di comunicare,
3. lo scopo di essere causa dell’acquisizione di credenze per l’altro
4. un processo di significazione, cioè la produzione di un segnale dotato di significato

Scopo di comunicare. La nostra definizione è basata sul concetto di scopo: condizione necessaria perché si possa parlare di comunicazione è che un sistema abbia lo scopo che un altro sistema venga ad avere credenze. Dunque condizioni considerate importanti in altri approcci alla Comunicazione qui non sono né sufficienti né necessarie. Ad esempio è

condizione necessaria lo *scopo* di comunicare, ma non l'effettivo passaggio di credenze. Perché questo approccio considera rilevante il punto di vista del Mittente (e i suoi scopi), e non quello del Destinatario né, a maggior ragione, di terzi che possano venire ad avere nuove credenze, magari accidentalmente, dal Mittente. Si può parlare di comunicazione anche se il Destinatario non finisce col ricevere la credenza in questione, o addirittura anche se non esiste per nulla; basta sia rappresentato nella mente del Mittente e nel suo scopo di comunicare. Reciprocamente, anche la stessa presenza di un Destinatario o la sua comprensione del segnale non è una condizione sufficiente: se uno di fatto acquisisce una credenza dal modo di essere o di comportarsi di qualcun altro, questo non è di per sé comunicazione, a meno che quel modo di essere o di comportarsi non sia governato da uno scopo di comunicare.

Scopo di far sapere all'altro. Prendiamo questi due casi:

- (3) Alla fermata dell'autobus, l'autista vede un signore che *alza la mano verso di lui*; da questo capisce che il signore vuole che lui fermi l'autobus.
- (4) Alla fermata dell'autobus, l'autista vede alla fermata un signore, finora fermo in piedi, che *raccoglie la cartella da terra*; da questo capisce che il signore vuole che lui fermi l'autobus.

In entrambi i casi l'autista capisce che l'uomo vuole che lui fermi l'autobus, e in entrambi l'acquisizione della credenza da parte dell'autista è causata dal comportamento dell'uomo attraverso un processo di significazione: entrambi i comportamenti, *fare un cenno* all'autista e *prendere la cartella da terra*, *significano* che si sta per salire sull'autobus; ma solo nel caso (3) possiamo dire che l'uomo *ha comunicato* all'autista che voleva che lui si fermasse. Nell'altro caso diremmo invece che l'autista questo l'ha capito da solo, grazie alla sua capacità di trarre inferenze e di capire significati da credenze percepite.

La presenza di uno scopo di comunicare è dunque condizione necessaria per la nostra nozione di comunicazione. Nel prossimo capitolo distingueremo vari tipi di "scopi di comunicare". Qui proseguiamo con le altre condizioni necessarie e sufficienti alla nostra definizione di Comunicazione.

Presenza di un Mittente. Un'altra condizione necessaria del processo comunicativo è la presenza di un Mittente, cioè di un sistema che ha lo scopo di far avere credenze a un altro sistema. Senza un Mittente, qualsiasi acquisizione di credenze sarebbe dovuta solo alle capacità di percezione, inferenza o comprensione di significati del sistema che le acquisisce: capacità che permettono di incrementare le nostre credenze senza bisogno che altri ce le facciano sapere. Nel caso (4), in cui il signore prende solo la cartella da terra, ma non fa alcun gesto verso l'autista dell'autobus, quest'ultimo capisce da solo che il signore vuole che si fermi: non è all'opera alcun processo di comunicazione, ma solo la capacità d'inferenza dell'autista.

In Semiotica (Eco 1975) e Teoria dell'Informazione (Shannon, Weaver 1949) si parla di un Emittente, cioè un sistema che può produrre il segnale anche solo per caso; qui invece la nozione di Mittente è intrinsecamente basata sul concetto di scopo: è Mittente il sistema che ha lo scopo di far avere credenze a un altro sistema. Ma allora, è anche necessario che il sistema sia in grado di avere scopi. Anche se (par.3), non necessariamente scopi coscienti.

Essere causa del suo sapere. L'esistenza di un Mittente, e il suo scopo che l'altro sappia, non sono ancora condizioni sufficienti per il processo comunicativo. Immagina di voler raccontare a una tua amica l'ultimo ghiotto pettegolezzo su una comune conoscenza, ma lei ti anticipa perché già lo sapeva! Grossa delusione, perché tu non solo volevi che lo sapesse, ma volevi

essere *tu* a comunicarglielo: il primo scopo è raggiunto (lei lo sa), ma questo suo sapere non è causato da te.

Lo scopo del Mittente invece è di essere proprio lui a causare l'acquisizione di credenze nel Destinatario.

Far sapere attraverso significazione. Per comunicare non è sufficiente lo scopo di far sapere, è condizione necessaria la produzione attiva, da parte del Mittente, di uno stimolo percepibile; ma la credenza che si vuol far sapere non è semplicemente la conoscenza percettiva di quello stimolo, bensì un significato che a quello stimolo è collegato. In altre parole, comunicazione implica necessariamente significazione: non è sufficiente che l'acquisizione di conoscenza passi semplicemente attraverso la percezione diretta.

Prendiamo una scena dai "Predatori dell'Arca perduta" di Steven Spielberg.

- (5) Una studentessa all'Università, affascinata dal carismatico Prof. Indiana Jones (Harrison Ford), nella speranza di sedurlo gli vuol far capire che è innamorata di lui: si siede in prima fila in modo che lui la veda e chiude ripetutamente le palpebre, su cui ha scritto "*I love you*".

Questo è sicuramente un esempio di Comunicazione. Ma ipotizziamo che la scena sia questa:

- (6) Sapendo che al Prof. Jones piacciono le ragazze con le labbra carnose come le sue, la studentessa si siede in prima fila in modo che lui la veda, così da fargli sapere che lei ha le labbra carnose.

A meno che la ragazza non esibisca ostentatamente le labbra con strani movimenti della bocca (esibire e ostentare sono tipici atti comunicativi), in questo caso lei non sta *comunicando* "io ho le labbra carnose"; sta solo facendo in modo che lui lo sappia, ma solo perché la vede, non perché qualcosa "significa" che lei ha le labbra carnose.

Per parlare di comunicazione, dunque, è necessario che la strategia usata dal Mittente per far sapere qualcosa al Destinatario non sia la semplice evidenza empirica ma il meccanismo della significazione; M deve produrre uno stimolo percepibile che non è esso stesso la credenza che M vuol far sapere, ma che a quella credenza è connesso in modo stabile e condiviso, sia nella mente di M che in quella di D: ne è il significato. Quindi, lo stimolo e la credenza inviata all'altro non possono essere la stessa cosa, devono essere due oggetti distinti. In (6) non c'è comunicazione perché lo stimolo (ragazza con labbra carnose) e la credenza che si vuole far sapere ("la ragazza ha le labbra carnose") sono la stessa cosa. In un certo senso, lo stimolo è solo l'apparenza percepibile della credenza.

Un segnale con un significato. Prendiamo ora un signore che mentre si fa la barba la mattina canticchia una canzone, ma non ricordandosi le parole fa solo *da-da-da, dum-da*. La musica della canzone può magari essere comunicativa, ma quelle sillabe senza senso? Costituiscono uno stimolo percepibile, ma sono l'"apparenza percepibile" di una credenza? Poiché non connettono, non rimandano, a un'altra credenza diversa dalla credenza *da-da-da, dum-da*, questo non si può considerare un caso di comunicazione perché manca la distinzione fra stimolo e credenza: l'unica credenza che si viene ad avere è che si è sentita la sequenza di suoni *da-da-da, dum-da*. Inoltre, quale credenza veniamo a sapere da questa sequenza di suoni? forse, che "chi la produce non ricorda le parole della canzone", oppure che "chi la produce è di buon umore": ma queste sono solo inferenze che possiamo fare percependo quella sequenza di suoni, non il suo significato. Perciò anche qui non c'è comunicazione. C'è uno stimolo percepibile, ma non è ancora un segnale, perché non è collegato a un significato.

2.2. Segnali comunicativi e segnali informativi

Si è detto che una credenza percettiva può essere un *indizio* di altre credenze, recuperabili facendola interagire con credenze pregresse. Un indizio è un caso particolare di *segnale informativo*, cioè di uno stimolo percepibile da cui qualcuno può ricavare credenze; e va distinto da un *segnale comunicativo* proprio perché non è prodotto da qualcuno *con lo scopo* di far avere credenze. Un caso interessante di segnale informativo che per definizione non è comunicativo sono i segnali di menzogna. Se una persona che sta mentendo *si mette una mano sulla bocca* istintivamente, come per impedirsi di parlare, non lo fa per comunicare che mente, ma questo può informare chi lo vede che sta mentendo. Quella è una semplice azione, che, certo, permette all'altro di ricavare informazioni; perciò è un segnale informativo, ma non un segnale comunicativo.

2.3. Condizioni non necessarie

Alcune condizioni considerate necessarie alla definizione di comunicazione in vari modelli teorici (Shannon, Weaver 1949; Peirce 1931-1935; Eco 1975; Watzlawick et al. 1967) non sono invece necessarie in questo modello.

Presenza di un Destinatario. Immagina un naufrago su un'isola deserta che vede un'altra isola in lontananza e manda un messaggio in una bottiglia con una richiesta di aiuto. Anche se lui non sa che l'altra isola è deserta, comunque il suo gesto è comunicazione, perché c'è scopo di comunicare e produzione del segnale, ed è sufficiente che un Destinatario sia presente nella mente del Mittente, e sia rappresentato nel suo scopo di comunicare.

2.3.1. Effettiva acquisizione delle credenze comunicate. Volere, tentare, riuscire

Un'altra condizione non necessaria in questa nozione di comunicazione è che il processo di comunicazione vada a buon fine, cioè che le credenze comunicate dal Mittente siano effettivamente ricevute dal Destinatario. Se questa condizione fosse necessaria, sarebbero esclusi dalla definizione di comunicazione tutti gli innumerevoli casi in cui le credenze comunicate non sono recepite o vengono fraintese. Se l'altro non c'era, o se non ha capito, non significa che io non abbia compiuto un atto di comunicazione. Ciò che stiamo definendo è cosa sia comunicazione in linea di principio, e quel che c'interessa è distinguere fra *comunicazione* e *comunicazione riuscita*. E come abbiamo detto che può non essere comunicazione anche se l'altro acquisisce credenze (l'acquisizione di credenze non è condizione sufficiente), specularmente diciamo che può essere comunicazione anche se non le acquisisce (non è condizione necessaria). Distinguiamo il tentare dal riuscire: mi basta voler e cercare di comunicare, anche se la comunicazione non ha buon esito.

Certo, questa definizione, proprio perché basata sul concetto di scopo è fortemente sbilanciata dalla parte del Mittente, e poco interessata al punto di vista del Destinatario, o quanto meno a distinguere ciò che il Destinatario alla fine recepisce da ciò che il Mittente voleva comunicare. Questo perché l'umano è per sua natura animale inferenziale: cerca di acquisire informazioni da tutto, anche solo in base al suo ragionamento. Ma a volte, anche, fraintende, sovrainterpreta, capisce male, 'si fa i suoi film'. E allora è importante preservare la libertà di chi comunica, senza sovrapporvi inferenze non autorizzate e mirando invece ad una "interpretazione autentica". Diciamo che questo è un modello della comunicazione dalla parte di chi comunica: che vuole distinguere l'acquisizione "autarchica" di credenze da parte dell'altro (che sia o meno il Destinatario) da quelli di un'acquisizione determinata non casualmente ma con lo scopo di determinarla. Per ciò distinguiamo i casi di *comunicazione* da

quelli di *comunicazione riuscita* e definiamo *comunicazione* la prima anche se non va a buon fine.

2.3.2. Un segnale condiviso

Un'altra condizione che non consideriamo necessaria per la definizione di comunicazione è che il segnale prodotto da M sia effettivamente collegato, oltre che nella mente di M anche in quella di D, alla credenza da comunicare, cioè al significato che D gli attribuisce. Prendi uno schizofrenico che ti dice: "*Grillo, da te voglio solo note*". Questo segnale forse ha un significato profondo nel suo personale linguaggio, e lui può pensare veramente che significhi la stessa cosa anche per l'interlocutore; mentre magari per te non significa nulla. Tuttavia, in questo caso lui *sta* comunicando; e non comunica solo il suo desiderio di comunicare, ma comunica un suo significato, anche se tu non lo capisci. M usa un segnale che crede condiviso con D; e se la condivisione in realtà non c'è, e D non può acquisire la credenza che M tentava di comunicare, purtuttavia anche qui vi è, se pur non comunicazione riuscita, comunque comunicazione.

3. Lo scopo di comunicare: una definizione rigorosa ma comprensiva

La presenza di uno scopo di comunicare, necessaria nella nostra definizione di comunicazione, la rende al tempo stesso una definizione stretta ma ampia, rigorosa ma comprensiva.

Ci serve una Rigorosa perché una de-fini-zione deve stabilire dei *finis*, dei confini fra ciò che rientra e ciò che è fuori dalla definizione stessa. Ad esempio, una definizione ampiamente accettata ma troppo vaga è quella implicata da Watzlawyck et al. (1967), che al primo postulato della comunicazione recita "non è possibile non comunicare". Questo significherebbe che tutto è comunicazione: qualsiasi comportamento ma anche qualsiasi non-comportamento, qualsiasi modo di essere o di agire comunica agli altri qualcosa su di noi. Ma per sostenere questo è sufficiente la nozione di significazione – tutto significa qualcosa – o anche solo la nozione di informazione – noi acquisiamo credenze da qualsiasi cosa. Le persone, grazie alle inferenze, ricavano informazioni da tutto ciò che facciamo o non facciamo, siamo o non siamo. E' importante invece individuare, all'interno di questa notte in cui tutto è informazione, cosa sia informazione di cui dobbiamo ringraziare l'altro, e non noi stessi.

Ma la definizione deve essere anche ampia, cioè comprensiva, per poter comprendere nel concetto tutti i numerosi casi che intuitivamente sentiamo rientrare nella nostra idea di comunicazione. Alcune definizioni, come quelle di Strawson (1964) e di Grice (1957), considerano tali solo i casi di comunicazione intenzionale: quelli in cui il parlante non solo ha un'intenzione cosciente e deliberata di far sapere qualcosa all'altro, ma addirittura una metaintenzione comunicativa: intendo farti sapere che intendo farti sapere. Una simile definizione considera comunicazione solo il linguaggio verbale, escludendo sprezzantemente dallo status di atto comunicativo "in senso stretto" non solo tutta la comunicazione animale, ma quasi tutta la comunicazione umana cosiddetta "non verbale" e gran parte dei comportamenti inconsci che hanno valore comunicativo, come lapsus o atti mancati. E invece, un *tic* o un *sintomo nevrotico* sentiamo intuitivamente che comunica qualcosa – anche se magari ciò che comunica lo possiamo capire solo con l'aiuto del nostro psicoterapeuta. Allo stesso modo, il gesto di *toccarsi i capelli* di una persona in imbarazzo ci racconta qualcosa, ma

non possiamo dire che abbia uno scopo di comunicare deliberato, conscio e intenzionale. Sarebbe impossibile comprendere nella comunicazione questi casi, che invece sentiamo come comunicativi, se ci basassimo su una nozione di scopo come intenzione deliberata e cosciente. Ma per fortuna nel nostro modello “scopo” è una nozione molto più astratta e generale, che quindi permette di fare molte distinzioni al suo interno: scopo è semplicemente uno stato regolatore, in cui possiamo distinguere vari livelli di intenzionalità e coscienza.

3.1. Scopi interni di comunicare

Come per tutti gli scopi, anche fra gli scopi di comunicare vi sono scopi interni, cioè rappresentati nella mente del sistema, ed esterni. Fra gli interni ne possiamo distinguere tre tipi, in base al loro tipo di rappresentazione: scopi consci, inconsci e taciti, e fra gli scopi esterni, rappresentati in un sistema diverso da quello che regolano o non rappresentati affatto, distinguiamo funzioni degli oggetti, finalità sociali e funzioni biologiche.

3.1.1. L'intenzione comunicativa: uno scopo interno deliberato e cosciente di comunicare

Il primo caso di scopo interno comunicativo è l'**intenzione comunicativa**. E' governata da intenzioni comunicative, in genere, tutta la comunicazione linguistica, cioè sia le parole e frasi degli udenti, sia le lingue di segni dei sordi. Ma anche alcuni gesti (i gesti simbolici, Cap. 11): la mano alzata del signore alla fermata dell'autobus è un segnale regolato da uno scopo comunicativo intenzionale, proprio come una frase o una parola.

L'intenzione comunicativa è uno scopo di comunicare caratterizzato da un alto livello di intenzionalità e coscienza, cioè 1) uno scopo interno di un individuo, 2) non solo rappresentato ma meta-rappresentato nella sua mente: in altre parole, l'individuo non solo vuole comunicare ma sa di voler comunicare quella particolare credenza. L'intenzione comunicativa è uno scopo di comunicare deliberato e cosciente.

Nella tradizionale definizione di comunicazione della Pragmatica (Grice 1957; Strawson 1964; Allwood 1978; Poggi 1981; Cohen, Levesque 1990; Posner 1993; Castelfranchi, Poggi 1998), un'intenzione comunicativa è definita da tre condizioni: 1) è una metaintenzione, 2) è metacosciente, e 3) è uno “scopo interno”. La condizione di "meta-intenzione" implica che un Mittente M comunica una Credenza C a un Destinatario D quando non solo M ha l'intenzione che D sappia C, ma ha anche l'intenzione che D riconosca l'intenzione di M che D sappia C. Ma se io ho l'intenzione che tu sappia C, devo io per primo essere cosciente della mia intenzione: cioè la condizione 1 di metaintenzione implica la condizione 2 di metacoscienza: la metarappresentazione di proprie rappresentazioni quali credenze e scopi. Dunque M non solo deve sapere C (la credenza che sta comunicando) e avere lo scopo S di comunicare C, ma deve anche sapere che sa C, e sapere che ha lo scopo S; e queste credenze devono essere sotto il focus dell'attenzione di M: cioè essere “coscienti”. Inoltre, la condizione 2 di metacoscienza implica a sua volta la condizione 3 di scopo interno: non potrei essere cosciente di (meta-rappresentarmi) uno scopo se non fosse rappresentato nella mia mente.

Ora, una definizione di comunicazione soggetta a queste tre condizioni (metaintenzione, metacoscienza, scopo interno) restringerebbe drasticamente il campo della comunicazione, escludendone molti casi che intuitivamente invece sentiamo come a pieno titolo comunicativi, e quasi costituiscono il cuore stesso della comunicazione. Spesso noi veniamo a capire qualcosa che non sta nel significato delle parole che ci hanno detto, o della loro

costruzione sintattica: sta in un gesto, in un'intonazione particolare, uno sguardo, un silenzio... eppure era quella la cosa importante da capire. Restringere la definizione di comunicazione in confini così angusti ne taglierebbe fuori non solo gran parte della cosiddetta comunicazione non verbale, ma anche tutta la comunicazione indiretta: tutto ciò che non affidiamo al significato letterale delle nostre parole, gesti, espressioni facciali, ma che vogliamo comunque che l'altro capisca. Per questo la nozione di comunicazione deve essere comprendere anche scopi di comunicare diversi dalle nostre banali "intenzioni comunicative".

3.1.2. Scopo di comunicare inconscio

Il secondo caso che rientra nella nostra definizione grazie al concetto "allargato" di scopo è la comunicazione regolata da scopi interni inconsci. Un sintomo nevrotico, ad esempio, è un segnale inviato ad altri, o anche a se stessi, dal proprio inconscio, per far sapere che c'è qualcosa che non va. Ma anche nella vita quotidiana a volte comunichiamo qualcosa senza saperlo.

- (7) Marco e Daniele hanno programmato di andare al cinema all'ultima proiezione, ma Daniele arriva in ritardo e ai due non resta che finire la serata al pub. Marco al film ci teneva ed è arrabbiato con Daniele, ma non vuole farlo capire perché gli sembra brutto arrabbiarsi con un amico; però per tutta la serata, senza neanche rendersene conto, è *taciturno* e *gli tiene il muso*.

Il silenzio immusonito di Marco è un segnale governato dallo scopo inconscio di comunicare la propria irritazione; Marco ha in realtà lo scopo di comunicarla, e tuttavia lui stesso non se ne rende conto. In una visione in termini di scopi e credenze, l'inconscio è una memoria di difficile accesso in cui l'individuo relega le credenze "dolenti", quelle che lo fanno soffrire (Miceli e Castelfranchi 1994). Sapere che non valgo nulla, o che la mia mamma non mi ama, sono credenze dirompenti per il mio adattamento; così quella credenza la dimentico – la colloco appunto in una memoria di difficile accesso – e dimentico anche di averla dimenticata. Una credenza dolente è quindi rappresentata a qualche livello nella mente, ma non metarappresentata: qualcosa che so, ma non so di sapere. Uno scopo inconscio di comunicare è uno scopo che noi stessi non sappiamo di avere, perché il solo pensare di averlo, così come la credenza che vorremmo comunicare, sono credenze dolenti che nascondiamo a noi stessi. Qui la rabbia che Marco non vorrebbe riconoscere a sé stesso né comunicare a Daniele "parla da sola" attraverso il suo comportamento facciale e corporeo; un caso di comunicazione a pieno titolo, in cui lo scopo di comunicare è uno scopo interno inconscio. Lo **scopo di comunicare** è **inconscio** quando la credenza che M comunica, o anche solo lo scopo di comunicarla, non sono metarappresentati nella sua mente. Quindi, anche in assenza di intenzione comunicativa deliberata e cosciente, c'è comunicazione se lo scopo di comunicare è inconscio.

3.1.3. Scopo di comunicare tacito

A volte lo scopo interno di comunicare è tacito. Consideriamo **taciti** scopi o credenze che non sono metarappresentati nella mente, ma non per ragioni di sofferenza psichica come le conoscenze dolenti o gli scopi inconsci, bensì per ragioni di economia cognitiva. Nella vita quotidiana, prima che nella comunicazione sono taciti gli scopi "automatizzati": nel camminare ho prima lo scopo di mettere avanti la gamba destra, poi quello di mettere avanti la gamba sinistra; alla guida ho lo scopo di scalare le marce quando rallento; a questi livelli

bassi della pianificazione motoria gli scopi non sono deliberati uno per uno ma perseguiti automaticamente, cioè una volta appresi le azioni vengono eseguite senza porvi attenzione. Nel parlare è tacito, ad esempio, lo scopo di applicare le regole della sintassi, ma le applica anche un bambino di 4 anni che non ha mai studiato grammatica; anzi studiare la grammatica vuol dire proprio prendere coscienza delle regole che applichiamo automaticamente.

Alcuni casi di scopo tacito di comunicare. Nel pronunciare una frase, dobbiamo segnalare qual è la parte nuova e più importante in ciò che diciamo, per chiedere all'interlocutore di porvi particolare attenzione; per questo usiamo l'enfasi, che può essere espressa in vari modi: con l'intonazione, *alzando il tono della voce*, o con *gesti batonici* (da *baton*, la bacchetta del direttore d'orchestra), in cui il movimento della mano dall'alto in basso accentua la sillaba che stiamo pronunciando; o *innalzando le sopracciglia* per mostrare la nostra attenzione e chiederla all'altro. Questi tre segnali comunicano tutti il significato "fai particolare attenzione qui perché questa è la parte più importante della frase"; ma quando li uso, uno solo di essi o più di uno contemporaneamente, non ho coscienza del fatto che sto chiedendo questo al mio interlocutore: voglio comunicarlo, ma non so che voglio comunicarlo: ho lo scopo ma non metarappresentato.

Per capire la differenza fra uno scopo di comunicare tacito e un'intenzione cosciente confrontiamo un gesto batonico con il gesto del signore alla fermata dell'autobus. Quell'uomo sa bene che vuole chiedere all'autista di fermarsi, e che il suo gesto significa quello; addirittura, se l'autista non si fermasse, il signore potrebbe protestare con le altre persone alla fermata: "*Perché non si è fermato?! Ho fatto così con la mano!*", e potrebbe mostrare il gesto che ha fatto, "citarlo". Ciò significa che il livello di coscienza, attenzione e intenzionalità di quel gesto è molto alto, paragonabile a quello del linguaggio verbale. Ma dire che un gesto batonico è eseguito a un più basso livello di coscienza e intenzionalità non significa che non sia anch'esso governato da uno scopo di comunicare, solo che è uno scopo tacito, rappresentato ma non meta-rappresentato nella mente del Mittente.

Che differenza c'è, allora, fra scopo di comunicare tacito e scopo di comunicare inconscio? In entrambi i casi – chi mette il muso per aggressività inconscia e chi alza le sopracciglia per enfatizzare – lo scopo di comunicare c'è, ma il Mittente non è cosciente. La differenza sta non tanto nel meccanismo quanto nella sua origine e nella sua funzione: uno scopo inconscio lo nascondiamo a noi stessi perché ci fa soffrire, mentre a uno scopo tacito non poniamo attenzione per evitare un eccessivo carico cognitivo. Per questo, mentre la misconoscenza dei miei scopi comunicativi inconsci può aver bisogno dell'aiuto di un terapeuta per superarla, l'inattenzione agli scopi taciti può essere revocata a piacimento: a volte posso porre attenzione alla mia modulazione della voce e usarla deliberatamente, ad esempio accentuando una frase per alludere a qualcosa; e allora quel segnale è usato con uno scopo deliberato e cosciente di comunicare.

Riassumendo, gli scopi di comunicare interni al sistema possono essere intenzioni comunicative deliberate e coscienti, rappresentate e metarappresentate, e, fra quelle non metarappresentate, scopi inconsci e scopi taciti.

3.2. Scopi esterni di comunicare

Secondo la nostra definizione si può parlare di comunicazione anche per scopi di comunicare esterni (Castelfranchi 1981): scopi non rappresentati nel sistema, e che tuttavia governano i segnali comunicativi consistenti in comportamenti e caratteristiche morfologiche. Fra gli scopi

di comunicare esterni distinguiamo funzioni degli oggetti, funzioni biologiche degli organismi e finalità sociali.

3.2.1. Funzioni comunicative degli oggetti

La funzione di un oggetto è uno scopo esterno che gli attribuisce un sistema dotato di scopi: posso attribuire una funzione di fermacarte a un sasso trovato sulla spiaggia, che è un oggetto esistente in natura; ma se costruisco un oggetto ex novo, un manufatto, questo nasce proprio da una funzione: ad esempio la caffettiera viene costruita proprio per la funzione di farmi il caffè, e ogni sua caratteristica è funzionale ad uno degli scopi per cui mi serve. Ma esistono anche oggetti, o parti di oggetti, la cui funzione è specificamente comunicativa: la spia della benzina è una parte di un manufatto che ha lo scopo di comunicare quando la benzina sta per finire; scopo esterno per l'oggetto, ma interno per la mente del costruttore e di chi guida la macchina. Un oggetto ha dunque uno scopo esterno di comunicare – una funzione comunicativa – quando le sue caratteristiche o azioni vengono esibite o eseguite proprio per far avere credenze a qualcuno.

Il caso delle funzioni comunicative degli oggetti è interessante perché aiuta a distinguere significazione da comunicazione. Confronta la spia della benzina con la caffettiera. Quando il caffè sta per uscire, si sprigiona per casa il suo aroma e si sente il gorgogliare della caffettiera; questi effetti collaterali del processo di produzione del caffè ne diventano segnali, cioè stimoli percepibili che hanno come significato “il caffè sta uscendo”. Ma diversamente dalla spia della benzina, non sono segnali comunicativi, bensì effetti collaterali del processo di cottura del caffè. Informano ma non hanno lo scopo di informare, sono dunque segnali informativi ma non comunicativi.

3.2.2. Funzioni comunicative biologiche

Il caso prototipico di funzioni comunicative biologiche è la comunicazione animale. Molti animali hanno scopi di comunicare esterni, governati dalle funzioni biologiche della sopravvivenza e della riproduzione. La macchia sul becco della mamma gabbiano (Smith 1977; Tinbergen 1953), che dice al pulcino dove beccare il cibo da lei rigurgitato, è un segnale la cui funzione comunicativa biologica è veicolare l'informazione necessaria alla sopravvivenza della prole. Lo stesso vale per la danza delle api (Von Frisch 1950) o i feromoni delle formiche (Wilson, 1980), che informano sull'ubicazione delle fonti di cibo, e per la pancia dello spinarello che diventa rossa per comunicare la disposizione all'accoppiamento (Tinbergen 1953). Gli organismi animali e vegetali hanno **funzioni comunicative biologiche**, cioè scopi esterni di comunicare credenze utili alla sopravvivenza propria e della prole, non rappresentati negli organismi individuali e ovviamente non soggetti a meta-intenzione o meta-coscienza; e i segnali comunicativi governati da questi scopi sono innati.

Anche nell'uomo vi sono casi di comunicazione governata da funzioni biologiche: il più ovvio è il pianto del neonato che, almeno nelle prime ore di vita, non risponde a scopi coscienti e deliberati, e forse neanche interni: è un tipico segnale biologico finalizzato ad assicurargli la sopravvivenza (Camaioni et al. 1976). Un altro esempio sono le espressioni facciali delle emozioni (Darwin 1872; Ekman, Friesen 1978; qui Cap. 25): gioia, tristezza, rabbia... Emozioni così importanti per la sopravvivenza dell'individuo e dei suoi simili che richiedono di essere comunicate anche al di là della volontà dell'individuo stesso: per questo i segnali che le comunicano sono biologicamente determinati.

Un esempio è il segnale del rossore. Quando ti vergogni ti può capitare di arrossire, e non ne sei molto contento: non vorresti arrossire, perché ti vergogni di qualcosa che non vorresti far sapere, e il rossore “ti smaschera”. Il rossore è un segnale non solo involontario ma addirittura contro la tua volontà (Darwin 1872): contro i tuoi scopi consci, ma congruente invece con uno scopo superiore – uno scopo esterno, probabilmente una funzione biologica – di comunicare agli altri che, quando hai violato una norma o non sei stato all’altezza di un valore che condividi, ne sei pentito, e chiedi scusa perché non vuoi che il gruppo ti emargini e ti ostracizzi. Ma proprio perché il pentimento dimostrato non possa essere ipocrita ma inevitabilmente e irresistibilmente sincero, non si può arrossire a comando, così come non si può evitare di arrossire anche volendo.

Il rossore è dunque un segnale comunicativo della vergogna; ma non è regolato da scopi interni dell’individuo, né consci né inconsci, bensì dallo scopo biologico di non essere isolato dal gruppo a cui l’individuo appartiene, e a continuare a fruire della sua adozione.

Altri segnali comunicativi governati da scopi biologici sono quelli percepiti dall’olfatto: odori e profumi naturali delle persone forniscono vari tipi di informazione, quali stati emotivi come stress o paura, sesso del Mittente (“*Mi pare sentire odor di femmina...*” diceva Don Giovanni a Leporello), e altro. Ma i segnali biologici più curiosi sono quelli delle pupille. Negli umani, le pupille si dilatano in condizioni di bassa luminosità (per una funzione solo fisiologica, non comunicativa, di immagazzinare più luce per la visione), ma anche in caso di eccitazione sessuale. In un famoso esperimento (Hess 1965), a due gruppi di studenti maschi furono mostrate, rispettivamente, due foto di una bella ragazza in bikini, che differivano solo per un dettaglio: nella foto mostrata a un gruppo, le pupille della ragazza erano ritoccate così da apparire dilatate. I soggetti dovevano dire quanto gli sembrava sexy la ragazza della foto; ma quelli del gruppo che vedevano la ragazza con le pupille dilatate la trovarono tutti più sexy. Ciò significa che il segnale di disposizione all’accoppiamento (sono eccitata) emesso dalla femmina della specie uomo tende in maniera automatica, quindi come segnale con scopo comunicativo esterno biologico, a determinare una corrispondente disposizione nel maschio. Proprio come il rossore, è un segnale involontario, quindi “sincero” (Pentland 2008) perché non si può né simulare né inibire volontariamente; infatti l’esperimento conclude con un avvertimento: ragazze, se uno vi dice che vi ama, guardategli le pupille; se sono strette, non è vero amore! Ma la cosa interessante è che qui non solo per il Mittente ma anche per il Destinatario il segnale funziona al di sotto del livello di coscienza: gli studenti che trovavano la ragazza più sexy non sapevano dire perché.

3.2.3. Funzioni comunicative sociali

Molti segnali sono governati da scopi di comunicare esterni sociali: lo scopo di dare informazioni non è solo, o primariamente, o per nulla lo scopo di un individuo, ma della società. Chiamiamo **funzioni comunicative sociali** gli scopi esterni di comunicare credenze che riguardano l’identità sociale, l’appartenenza a un gruppo e altre credenze importanti per il funzionamento dell’interazione fra individui e fra gruppi.

Sono segnali governati da scopi comunicativi sociali le divise, la moda e i simboli di status. La divisa del poliziotto dice sia al ladro che al derubato “questo è un poliziotto”; il piercing o il tatuaggio comunicano “questa persona fa parte di una certa cultura urbana”, la Ferrari parcheggiata davanti alla gioielleria dice “questo è un cliente facoltoso”. Questi segnali comunicativi hanno la funzione di manifestare l’identità sociale di chi li usa, e possono essere usati deliberatamente per uno scopo interno dell’individuo che si richiama allo scopo sociale

del gruppo di cui l'individuo sente di far parte: uno scopo che è in prima battuta del gruppo, rendere pubblicamente riconoscibili i propri membri, viene "internizzato", cioè fatto proprio dall'individuo, per cui diviene uno scopo interno perseguibile coscientemente e deliberatamente. Il poliziotto che la mattina indossa la divisa decide di farsi riconoscere come poliziotto: uno scopo suo interno e personale, ma anche uno scopo della società.

Talvolta però i segnali di identità sociale non sono esibiti dall'individuo in maniera del tutto conscia e deliberata: l'accento straniero o regionale di una persona rivela la sua regione geografica e la sua cultura di provenienza, a volte anche a dispetto del volere e della consapevolezza della persona. Magari non vorrei mostrare così chiaramente le mie radici regionali e culturali, ma non posso farne a meno: l'accento mi fa riconoscere mio malgrado, nemmeno da segnali evidenti come una parola dialettale (che potrei deliberatamente evitare) ma da aspetti sottili del mio parlare, una vocale più chiusa, una doppia di troppo, un'intonazione caratteristica. Allo scopo esterno sociale di comunicare le radici dell'individuo può non corrispondere un suo parallelo scopo interno, o addirittura i due scopi possono essere in conflitto. Il Diego Abatantuono prima maniera, immigrato dalla Puglia a Milano, parla milanese per sentirsi dentro la cultura di accoglienza, ma il suo accento pugliese rivela le sue origini, suo malgrado: una presenza continua e ineludibile, anche se a volte odiata, come se le sue radici urlassero per farsi sentire, per reclamare il possesso dell'individuo al di là della sua volontà come individuo. Questa la forza del nostro gruppo di appartenenza e degli scopi che ci impone.

Non sono dunque solo scopi interni dell'individuo a determinare la sua comunicazione, ma anche funzioni biologiche e finalità sociali (Tab.1).

Tabella 1.

		Segnale	Significato
Scopo di comunicare interno	Conscio	Frase: <i>Sono arrabbiato con te</i>	Sono arrabbiato con te
	Inconscio	Segnale facciale <i>Mettere il muso</i>	Sono arrabbiato con te
	Tacito	Segnale facciale <i>Sopracciglia alzate</i>	Questa è la parte importante della frase
Scopo di comunicare esterno	Funzione comunicativa dell'Artefatto	Spia della benzina <i>Rosso</i>	La benzina sta finendo
	Funzione comunicativa biologica	Segnale facciale <i>Rossore</i>	Mi vergogno
	Funzione comunicativa sociale	Divisa <i>Divisa da poliziotto</i>	Questo è un poliziotto

4. Mittente e Destinatario

Nel processo comunicativo, il Mittente è il sistema che ha lo scopo di far acquisire credenze a un altro sistema attraverso la significazione, e che per questo produce un segnale comunicativo legato a un significato; e Destinatario il sistema a cui il Mittente ha lo scopo di far avere quelle credenze.

Poiché altri modelli della comunicazione, come la Teoria dell'Informazione (Shannon, Weaver 1949) e la Semiotica (Peirce 1931 – 1935; Eco 1975) parlano invece di Emittente e Ricevente, vediamo le differenze teoriche fra quelle e le nostre nozioni.

Innanzitutto, le nozioni di Mittente e Destinatario sono intrinsecamente basate sul concetto di scopo: è Mittente il sistema che ha lo scopo di fare avere credenze, e Destinatario – che esista effettivamente o meno – il sistema a cui il Mittente ha lo scopo di far avere credenze. Ma che differenza c'è fra Mittente ed Emittente e fra Destinatario e Ricevente?

4.1. Mittente ed Emittente

La prima differenza fra Mittente ed Emittente è che l'Emittente di un segnale è qualcuno o addirittura solo qualcosa da cui altri riceve un'informazione anche se l'Emittente stesso *non ha lo scopo* di trasmettergliela. La gazzella che scorge il leone scappa perché il leone significa guai, ma questa informazione il leone la emette con la sua sola presenza, e certo non ha lo scopo di farsi scorgere. Il Mittente invece è necessariamente un sistema regolato da scopi, e in particolare ha lo scopo di produrre un segnale che faccia acquisire informazione a un altro sistema. Anche i segni della propria identità o presenza lasciati dal serial killer che inconsciamente vuole farsi prendere sono segnali comunicativi, regolati da suoi scopi inconsci di comunicare. Ancora, prendi una persona che si sta guardando attorno con attenzione: tu capisci che sta cercando qualcosa – quindi è Emittente di informazioni per te – ma il suo “sguardo di ricerca” in realtà non è diretto a te: sta solo cercando qualcosa, non sta comunicando “sto cercando qualcosa”. E' quindi Emittente, perché altri possono acquisire informazione dal suo comportamento, ma non Mittente, perché non ha lo scopo di far avere informazioni ad altri. C'è significazione ma non comunicazione.

4.2. I ruoli del Mittente

In un famoso sulla conferenza, Erving Goffman (1981) distingue tre modi di essere Mittente, che chiama “ruoli del Parlante”: Animatore, Autore e Mandante.

L'**Animatore** è chi materialmente produce il segnale. Ad esempio l'attore che recita un testo scritto da altri e imparato a memoria, o un computer con programma di voce sintetica per non vedenti che traduce in parlato un testo scritto.

L'**Autore** invece è chi ha concepito il testo, ne ha deciso il “succo”, e magari l'ha anche scritto per intero: ad esempio il ghost writer che scrive l'autobiografia di un personaggio dello spettacolo o i discorsi di un uomo politico.

Il **Mandante**, infine, è chi, pur non avendo scritto né pronunciando in prima persona il testo, ha la responsabilità del suo contenuto: la persona portatrice dell'ideologia che sta dietro al testo o delle idee che il testo incarna: quello che sta “dietro” al ghost writer, cioè il cantante che vuole pubblicare la sua autobiografia, o l'uomo politico che imposta il programma del partito.

Questi tre ruoli possono essere impersonati contemporaneamente dallo stesso individuo, come quando il conferenziere legge un testo scritto da lui stesso, e di cui si prende in toto la responsabilità; ma a volte i tre ruoli sono svolti da persone diverse. Nella televisione italiana

ad esempio è cambiata dal 1960 in poi la distribuzione di questi ruoli nei notiziari. Prima chi leggeva le notizie nel telegiornale era esclusivamente un Animatore: lo “speaker”, un signore con perfetta dizione dell’italiano che leggeva le notizie; ma l’Autore era il giornalista, che scriveva le notizie ma non compariva in video; e il Mandante era il direttore della rete, imbeccato a sua volta, in genere, dal partito al governo. Dalla fine degli anni 70 nasce il “mezzobusto”, che svolge i ruoli di Animatore e Autore e commenta le “veline” (i fogli con la notizia) in base all’ideologia dominante della specifica rete televisiva. Dagli anni 90 l’Autore / Animatore è spesso il direttore della rete (ad es. Emilio Fede o Enrico Mentana), mentre il Mandante è il proprietario (es. Berlusconi o Urbano Cairo).

Vi sono dunque vari modi di essere Mittente, di prendersi la responsabilità di ciò che si comunica, diversi gradi di “paternità” dello scopo di comunicare. L’Animatore pronuncia il testo assegnatogli perché magari è il suo lavoro, ma non è direttamente interessato al contenuto semantico del testo; è quasi un semplice Emittente. L’Autore invece pianifica il testo in dettaglio, è direttamente interessato al suo contenuto e attento alla sua forma, anche se a volte lo scrive per conto di altri, come nel caso del ghost writer. Solo il Mandante è Mittente nel senso più compiuto, fonte primaria dello scopo di comunicare quel particolare contenuto; e lo è in grado ancor maggiore quando è nello stesso tempo anche Autore ed Animatore.

Questa tripartizione permette di distinguere sfumature di paternità dello scopo in vari casi: si pensi al portavoce di un partito, o all’ambasciatore di un paese straniero, che parlano cercando di interpretare al meglio e di esprimere, anche con una scelta oculata delle parole, lo scopo comunicativo del segretario del partito o del presidente del proprio paese. All’attore che, in quanto interprete, può sovrapporre più o meno del suo personale sentire al copione dell’autore. O allo scrittore di un romanzo, che magari si dissocia dal film che ne è stato tratto. Tutti i casi in cui lo scopo di comunicare e la sua paternità possono essere ridistribuiti, contraddetti, messi in discussione.

4.3. Destinatario e Ricevente

Il Destinatario è il Sistema a cui il Mittente ha lo scopo di fare avere credenze. Ma come si è detto, non è necessaria la sua effettiva esistenza: l’unica condizione necessaria è che il Destinatario sia rappresentato nello scopo di comunicare del Mittente: M ha lo scopo di comunicare C a D.

Questo lo distingue radicalmente dalla nozione di Ricevente, adottata da altri modelli (Shannon, Weaver 1949; Jakobson 1953; Eco 1975).

Nei nostri termini, il Ricevente è invece il sistema che di fatto percepisce un segnale comunicativo inviato dal Mittente, anche se non è il sistema cui il Mittente aveva lo scopo di inviarlo.

Il caso paradigmatico di questa differenza è la spia.

- (8) La spia A sta parlando di importanti armi strategiche con il suo collega dello stesso paese, la spia B, ma l’agente del controspionaggio nemico C, nascosto nell’armadio, ascolta tutto ciò che si dicono.

Qui il Destinatario di A è B, mentre C è solo un Ricevente, e per di più un Ricevente “non ratificato”, cioè non previsto e non voluto da A.

In quest’altra situazione, invece, non è così chiaro se C sia un semplice Ricevente o no.

- (9) A si deve mettere d’accordo con B per andare a una festa organizzata da D, un’amica comune di A, B e C; C, che non è invitata alla festa, non dovrebbe sentire ciò che si

dicono ma è vicino a loro. Così A parla in modo vago e ambiguo e non nomina mai D, in modo che B capisca ma C no.

Anche qui C è solo un Ricevente, ma diversamente dal caso precedente qui A sa che lei è proprio lì e adatta il suo discorso prendendo in considerazione questa variabile contestuale. Un caso ancora diverso.

(10) L'insegnante in classe sta correggendo il compito di uno studente, ma accetta che ascoltino anche gli altri.

Qui, diversamente dal caso (8), gli altri studenti li possiamo chiamare "astanti ratificati", cioè persone compresenti con i protagonisti del processo comunicativo, ma accettati dal Mittente, anche se non suoi diretti Destinatari.

L'ultimo è il caso dell'equivoco involontario: C è un Ricevente, ma non è il Destinatario, cioè non è quello a cui A voleva comunicare. Come nell'esilarante sketch di Carlo Verdone "la telefonata notturna". (<https://www.youtube.com/watch?v=nytRdBX5kZs>)

(11) C di notte riceve una telefonata da A: si mettono a parlare, si raccontano le ultime di mamme, nonni, zii, zie... alla fine scoprono che A aveva sbagliato numero!

Qui, A intende comunicare a B, il Destinatario che lui aveva in mente, e pensa di parlare con lui, mentre in realtà sta comunicando con C che è solo un Ricevente.

La differenza fra Ricevente e Destinatario è cruciale anche per determinare se una certa situazione sia o meno un processo comunicativo o no, e per distinguere la comunicazione in sé per sé dalla comunicazione riuscita. In (8) c'è un processo di comunicazione riuscito da A a B (le due spie dello stesso paese), ma non c'è comunicazione fra A e C (la spia del paese straniero), anche se c'è passaggio di informazione, visto che C ascolta non visto. La comunicazione a B si può quindi considerare un regalo da A a B, mentre l'informazione indebitamente estorta da C è un furto: informazione rubata. In (9) A comunica a B con successo (se B capisce le forme vaghe o ambigue che A usa) e al tempo stesso può comunicare a C una cosa diversa, ad esempio significati neutri che non contengono la credenza da tenere segreta. Se il gioco funziona, questa comunicazione è doppiamente riuscita, in entrambi i sensi. In (10), A comunica con successo allo studente B, e al tempo stesso c'è un passaggio di informazione verso gli altri studenti, non indebito, diversamente dal caso (8): una legittima acquisizione di credenze. In (11) infine, l'equivoco fra Destinatario e Ricevente, c'è un tentativo di comunicare da parte di A a B, ma poiché B non c'è il processo di comunicazione fallisce, cioè non raggiunge lo scopo di far sapere a B le informazioni intese. Ma intanto, le informazioni passano a C (anche se per lui non sono molto interessanti!). Da un lato, quindi, questo è un caso di comunicazione fallita: c'è comunicazione secondo la definizione data, perché A ha lo scopo di comunicare qualcosa a B e produce i segnali adeguati, ma il processo fallisce perché B non c'è; d'altro canto, c'è passaggio di informazione da A a C, ma non comunicazione riuscita, perché chi viene ad acquisire credenze non è il Destinatario di A, colui a cui A voleva farle avere.

4.4. Destinatari multipli

A volte, come in (9), il Mittente non si rivolge a uno solo, ma a due o più Destinatari, in maniera generica o specifica. Un caso di **destinatario multiplo generico** è la "broadcast communication", la "comunicazione a vasto raggio" o "comunicazione diffusa" fra gli animali. La ghiandaia, un uccello sentinella, coi suoi richiami di allerta avvisa di qualsiasi perturbazione tutti gli abitanti del bosco, di tutte le specie, senza esclusione. Uno che grida "aiuto!" o "al ladro!" si rivolge a tutti, non a qualcuno in particolare. Il professore che scrive una

"Recommendation letter", una sorta di lettera di presentazione che usa nei paesi anglosassoni, la indirizza *"to whom it may concern"*: a chiunque sia interessato. La lettera è sempre la stessa ma il suo valore si rinnova per ogni nuovo commissario di ogni nuovo concorso. Infine, è *"broadcast"* per definizione tutta la comunicazione di massa, radio, tv, social media.

Vi è un **Destinatario multiplo specifico** quando l'altro Destinatario rispetto a quello "centrale" a cui il Mittente si rivolge è una persona specifica.

A volte A si rivolge a B ma nello stesso tempo anche a C.

- (12) L'insegnante A in classe si rivolge agli alunni B, ma si rivolge anche all'insegnante di sostegno C, magari per esibire la propria competenza didattica, o per mostrarsi come esempio.

Qui i contenuti della Comunicazione rivolti rispettivamente ai due Destinatari, B e C, sono diversi: per gli studenti, contenuti disciplinari, per l'insegnante di sostegno, esibizione della propria competenza o del modo in cui i contenuti disciplinari si devono porgere.

Altre volte il contenuto è simile per B e per C, ma la comunicazione finale è diversa.

- (13) La fisioterapista A dice al piccolo paziente B, accompagnato dalla madre C: *"Dài, ci stai quasi riuscendo, sforzati, questa cosa la sai fare anche senza aiuto!"*.

Il messaggio che A vuol far arrivare a B è di incoraggiamento e incitazione a fare da solo; alla madre C è di non indulgere ad aiutare troppo il figlio, perché il suo sforzo è necessario al miglioramento.

Altre volte invece A apparentemente si rivolge a B, ma la vera ragione per comunicare a B è di far capire qualcosa a C: *"parlare a nuova perché suocera intenda"*. Ad esempio:

- (14) L'anziana signora A incontra il bimbo B nel passeggino con la giovane mamma. Ad A il bimbo sembra troppo poco vestito per il freddo che c'è e vorrebbe rimproverare la madre, ma per evitare un rimprovero esplicito, che potrebbe anche portare a una reazione del tipo *"fatti i fatti tuoi"*, si rivolge al bimbo dicendo: *"Oh poverino, hai un po' freddo, vero?"*.

A parla apparentemente a B, ma in realtà vuole lanciare un messaggio a C *"Madre snaturata, e copriilo meglio questo piccino!"*

Un caso divertente di doppio destinatario, piuttosto sofisticato come struttura cognitiva e comunicativa, è quello autobiografico dell'attrice napoletana Marisa Laurito.

- (15) Marisa ha contemporaneamente due fidanzati, e ovviamente nasconde l'esistenza di ciascuno all'altro. Un giorno passeggiando sul Corso li incontra entrambi. Per evitare situazioni imbarazzanti, si rivolge contemporaneamente a tutti e due dicendo *"Ti presento il mio ragazzo"* in modo da far pensare a ciascuno dei due che sta presentando lui all'altro.

Così Marisa inganna entrambi i fidanzati, per far credere a ciascuno di considerare lui il suo vero ragazzo, e per questo deve rivolgere la sua frase solo all'altro; ma di fatto si rivolge a entrambi, con una mossa ambigua che fa credere a ciascuno di rivolgersi all'altro. Questo caso di doppio destinatario differisce dai precedenti innanzitutto perché Marisa non si rivolge esplicitamente a entrambi, e poi perché, diversamente dai casi precedenti, non si rivolge a C parlando apparentemente a B ma, seppure nascondendolo, si rivolge nello stesso tempo a entrambi.

Capitolo 3

Segnali, significati e sistemi di comunicazione

1. Il segnale

Quando un Mittente persegue lo scopo di far avere una credenza a un Destinatario, produce un segnale che crede essere collegato a un significato sia nella mente sua che in quella del Destinatario. Un **segnale** è uno stimolo fisico percepibile che in una o più menti (quella di chi deve capire e/o in quella di chi vuol far capire) richiama un significato, cioè a una credenza ad esso sistematicamente collegata.

Lo stimolo fisico percepibile è un pattern di materia-energia che può venir percepito dagli organi sensoriali di un sistema, e può essere prodotto dall'esistenza di varie entità o dall'occorrenza di vari eventi, o dalle loro proprietà e relazioni. Purché collegato a un significato, qualsiasi stimolo fisico percepibile dagli organi sensoriali di qualche sistema può essere un segnale o funzionare come tale: una frase, un disegno, un bacio, uno schiaffo, uno sciopero, una lettera di dimissioni, una mascherina anti-contagio, un atto terroristico... Molte cose possono fungere da segnale, informativo o comunicativo.

1. Un'azione comunicativa (ad es., una ragazza che *bacia* il suo fidanzato)
2. Una non-azione inaspettata, cioè diversa da cosa si prevedeva dovesse accadere (come stare in *silenzio* dopo che ti hanno fatto una domanda)
3. Un tratto morfologico transitorio (il *rossore* di una persona che si vergogna)
4. Una tratto morfologico duraturo (il *seno* di una donna come segno di identità sessuale)
5. Un oggetto usato durante un'azione (la *Ferrari* parcheggiata davanti alla gioielleria)
6. Un oggetto che è il risultato di un'azione deliberata (una *statua*)
7. Un oggetto o altra entità che è un effetto collaterale di un'azione che non aveva lo scopo di produrlo (le *impronte* di una gazzella)
8. Una parte di un oggetto o entità che è un effetto collaterale di un'azione di più sistemi (*schegge di corna* che rivelano una lotta fra stambecchi)
9. La combinazione simultanea di azioni simili di un solo sistema (*innalzamento delle sopracciglia, gesto batonico, picco intonativo* che enfatizzano una frase)
10. La combinazione in sequenza di azioni simili di un solo Sistema (*frasi con intonazioni simili* usate nell'elencazione)
11. La combinazione simultanea di azioni simili di due o più agenti (*imitazione dei movimenti dell'altro* in una coppia affiatata)
12. La combinazione in sequenza di azioni simili di due o più agenti (*molti like* su un post di facebook).

Anche i segnali possono essere di tipi diversi, a seconda degli scopi comunicativi che li governano. Ad esempio, se lo scopo di comunicare è interno il segnale è in genere un movimento del Mittente, compiuto coscientemente o meno, mentre segnali con scopi esterni possono essere anche oggetti o caratteristiche morfologiche: divise e simboli di status per scopi esterni sociali, tratti morfologici per le funzioni biologiche; e i tratti, permanenti come la macchia sul becco nel gabbiano femmina, o transitori, come il rossore negli umani. Ma spesso anche per le funzioni biologiche il segnale è un'azione: un gesto, un aggrottamento di

sopracciglia, un sorriso, o il volo improvviso di un gabbiano che avvisa lo stormo dell'arrivo di un predatore.

Il caso forse più intrigante è la non-azione, esempio tipico il silenzio (Tannen, Saville-Troike 1985; Cortini 2001): che spesso comunica, poniamo, che non si vuole o non si può parlare. Ma il silenzio è un segnale solo quando contraddice qualche aspettativa, ad esempio quando ci si aspetta che uno parli. Un altro caso di non-azione comunicativa è il “silenzio facciale” o *blank face*, la faccia del tutto inespressiva (Attardo 2000; 2001; 2002; Attardo et al. 2003) esibita nelle sit-com americane anni novanta quando un personaggio vuol far capire che ha detto una frase ironica. Poiché una faccia che non esprime nessun moto dell'animo praticamente non esiste in natura, la totale inespressività è inaspettata e quindi significativa.

2. Modalità

Lo stimolo percepibile che costituisce un segnale è prodotto dal Mittente con specifici movimenti (azioni muscolari) o modificazioni del corpo (tratti morfologici), che passano attraverso un mezzo fisico e sono percepiti dal Destinatario attraverso uno specifico apparato sensoriale.

2.1. Modalità produttive e recettive

I segnali comunicativi dell'uomo e di altri animali differiscono per gli **organi** che li producono, il **mezzo fisico** in cui viaggiano e la **modalità sensoriale** che li percepisce: una parola è prodotta da movimenti articolatori della bocca, si propaga attraverso il mezzo acustico ed è percepita attraverso gli organi uditivi; un aggrottamento di sopracciglia è prodotto dal movimento di muscoli facciali, passa per il mezzo ottico e viene percepito attraverso gli organi della visione. Nel linguaggio delle api, invece, la vibrazione dell'addome dell'ape bottinatrice produce uno stimolo meccanico che le altre api ricevono attraverso la percezione tattile delle antenne. L'odore con cui l'antilope marca il territorio è uno stimolo chimico secreto dalle ghiandole vicino ai suoi occhi, percepito per via olfattiva da altre antilopi.

2.2. La multimodalità della comunicazione umana

La comunicazione umana è multimodale: riceviamo segnali con tutti e cinque i sensi (modalità recettive) e ne produciamo con molte parti del nostro corpo (modalità produttive). Considerando solo i segnali ricevuti attraverso la vista e l'udito, dal punto di vista delle modalità di produzione comunichiamo con la testa, il viso, le mani, il busto, le gambe (Tab.1). Ognuno di questi organi è portatore di un “Sistema di Comunicazione”, cioè di un suo specifico repertorio di segnali con i loro significati, che possono essere individuati e descritti. Con la testa produciamo movimenti del capo, *annuire, scuotere, dondolare, inchinare il capo*; con occhi, palpebre, sopracciglia possiamo *sgranare gli occhi, ammiccare, guardare storto*, e tutti gli altri segnali dello sguardo; il naso possiamo *arricciarlo o dilatare le narici*. La bocca è un organo bimodale, produce sia segnali udibili che segnali visibili. Da un lato, con i suoni e la loro frequenza fondamentale (F0), che varia producendo toni più acuti e più gravi, produce parole, prosodia, intonazione e vocalizzazioni come sbadigli o risate (segnali che si sentono); dall'altro, *sorrisi e smorfie* (che si vedono). Ma anche lo stesso segnale udibile ha contemporaneamente una forma visibile: se dico *cane* non solo senti la parola, ma la vedi

anche sulle mie labbra, che producono una sequenza di “visemi”. I visemi sono le forme che la bocca assume nel pronunciare i diversi suoni linguistici: il corrispettivo visibile dei “fonemi”, i segmenti di suono di cui la parola è costituita. Per capire cos’è un “visema”, immagina la differenza nella forma della tua bocca se tu invece di dire *cane* dicessi *cune*, o invece di dire *lese* dicessi *lese*; chi ti vede parlare può capire anche con un sonoro disturbato, perché riceve informazione da ciò che sente ma anche da ciò che vede: dai fonemi e dai visemi. Proprio su questi infatti si basa la lettura labiale nei sordi.

Spalle, braccia e mani producono gesti; il busto e le gambe, posture, movimenti e segnali prossemici. La prossemica (Hall 1966) è il sistema di segnali con cui, ponendo maggiore o minore distanza fra noi e gli altri, facciamo capire la nostra relazione con loro, se d’intimità, di pura conoscenza, di autorità o soggezione.

Questi sistemi di comunicazione sono “residenti” cioè i segnali sono prodotti da un particolare organo, ma in altri sono prodotti da varie parti del corpo. Con le mani, i piedi, la bocca, il naso, le ciglia, i capelli, gli organi sessuali comunichiamo attraverso il contatto fisico, cioè toccando l’altro, e alcune ghiandole producono odori. Infine, offrendo o producendo artefatti biologici possiamo comunicare attraverso la modalità sensoriale del gusto, come quando cucino un manicaretto come segno di affetto o per esibire la mia maestria gastronomica.

Tabella 1
Organi di produzione di segnali del corpo umano
e relativi sistemi di comunicazione

ORGANI PRODUTTIVI			SISTEMI DI COMUNICAZIONE	
Testa			<i>Movimenti del capo</i>	
Faccia	sopracciglia ciglia palpebre occhi occhiaie		<i>Sguardo</i>	
	Naso		Movimenti del naso	
	bocca	Mandibola		MOD. UDITIVA
		Labbra	Fonemi	<i>Parole Prosodia Intonazione Vocalizzazioni</i>
		Denti	F0	
		Lingua		MOD. VISIVA
Corde vocali Velo palatino		Visemi	<i>Parole Smorfie Sorrisi Riso</i>	
	Spalle	<i>Gesti</i>		

Mani	Braccia Mani	
Corpo	Busto Gambe	<i>Movimenti del corpo</i> <i>Posture</i> <i>Prossemica</i>

3. Il significato

Un segnale comunicativo per definizione è collegato a un significato: lo stimolo percepibile rappresenta, “sta per”, ha come significato una credenza.

Il **significato** è la credenza o l’insieme di credenze collegate a un segnale: ad esempio, collegata alla parola “sedia” vi è una serie di credenze di formato percettivo (l’immagine mentale di una sedia), di formato motorio (le azioni implicate nel sedersi), e di formato concettuale o proposizionale: i concetti ARTEFATTO, OGGETTO D’ARREDAMENTO, CON LA FUNZIONE DI SEDERSI, CON ZAMPE, CON SCHIENALE.

Tuttavia, noi non comunichiamo per parole: non è sufficiente una parola a fare un atto di comunicazione. Anche un bambino di un anno e mezzo, quando dice *palla* non vuole far capire solo “palla”, ma “Dammi la palla” o “guarda la palla”. L’unità minima della comunicazione non è dunque la singola parola, ma almeno un’intera frase, o addirittura un discorso (Ferretti, 2010): più in generale, un atto comunicativo.

Ogni atto comunicativo, come vedremo nel Cap. 5, ci informa 1. sui contenuti (i significati) che il Mittente intende comunicare e 2. su perché intende comunicarli, cioè il tipo di scopo per cui li comunica: ordinare, domandare, informare, esprimere desideri.

Quali tipi di credenze vi sono in questa struttura cognitiva? Più in generale, quali credenze vengono trasmesse attraverso la comunicazione? Ed è possibile classificarle in tipi?

Questo è il fine delle “ontologie” (Raskin, Nirenburg 2004), tassonomie di significati utilizzate, in filosofia e in informatica, per creare un repertorio di concetti base, in termini dei quali definire altri concetti. Ed è anche il fine della costruzione, in linguistica, di un Thesaurus (Roget 1962): una specie di dizionario al contrario, che non parte dalle parole per spiegarne i sottostanti concetti, ma dai concetti per vedere come si combinano e come vengono espressi in parole in lingue e culture diverse. Tali approcci, tuttavia, sono particolarmente adatti per chi lavora essenzialmente sul linguaggio verbale, in cui i concetti sono, per così dire, già ‘impacchettati’ in parole: segnali belli che segmentati, e abbastanza facilmente analizzabili perché usati a un alto livello di consapevolezza. E comunque, anche se si cerca di partire dai concetti, in realtà dalle parole si è fortemente influenzati.

In questo libro però l’impresa è più ambiziosa, perché non ci basta sviscerare la comunicazione linguistica ma anche quella nelle modalità corporee, gesti, sguardi e così via, sistemi di comunicazione in cui non sono già identificabili delle “parole”. Se vedi una persona che gesticola, come fai a dire quando comincia e quando finisce il suo primo gesto, e quando parte il secondo?

L’approccio che adotteremo per proporre una tipologia di significati non si basa dunque primariamente sulle parole di una lingua, ma è una metodologia deduttiva che parte da questa domanda: quali sono i significati che per l’animale uomo può essere utile comunicare ai fini del suo adattamento? Una volta identificati alcuni tipi fondamentali, si può scendere giù giù ai sottotipi, fino ai significati specifici, e infine chiedersi, per ciascun sistema di comunicazione, se contiene uno o più segnali, e quali, portatori proprio di quel significato. Ciò permetterebbe di costruire dei dizionari non solo delle parole, come hanno fatto i linguisti

per le innumerevoli lingue del mondo fin dagli albori della scrittura, ma anche dei segnali corporei: gesti, sguardi, posture, espressioni facciali, modi di toccare....

4. Il Mondo, il Sé e la Mente

La nostra tassonomia di significati parte dall'idea che in qualsiasi sistema di comunicazione (verbale o corporeo, dell'uomo o degli animali non umani), è possibile e utile distinguere almeno tre classi di significati: Informazioni sul Mondo (IM), Informazioni sull'Identità del Mittente (IIM), e Informazioni sulla Mente del Mittente (IMM).

4.1. Informazioni sul mondo

Un primo tipo di informazioni che comunichiamo sono quelle sul mondo, cioè su entità ed eventi che accadono fuori di noi. E poiché questi si possono rappresentare come strutture predicato – argomenti, le credenze che possiamo voler comunicare sono relative ai predicati o agli argomenti.

Nelle lingue verbali, per esempio, i verbi in genere svolgono il ruolo del predicato, nomi e pronomi quello degli argomenti. Ma anche in altri sistemi di comunicazione vi sono segnali dedicati a comunicare questo o quell'elemento della struttura predicato-argomenti. I gesti simbolici (quelli con una traduzione in parole condivisa in una cultura) comunicano prevalentemente predicati: azioni come “fumare”, “tagliare”, “camminare” (Cap. 12), ma anche proprietà fisiche o mentali come “magro”, “grasso”, “testardo”, “stupido”; o infine significano relazioni (“legame tra X e Y”), tempi (“ieri”), quantità (“molto”, “due”). Gli argomenti della struttura si possono esprimere con gesti e sguardi deittici, quelli che indicano: *l'indice teso* o il guardare ostentatamente un oggetto nell'ambiente circostante sollecita l'attenzione dell'interlocutore e lo rende oggetto di un nuovo predicato; è il modo più primitivo per selezionare un referente, cioè far capire a cosa ci si riferisce, il primo imparato dai bambini perché caratterizza un oggetto solo in base al luogo in cui si trova: “quella cosa lì”. Ma gli argomenti si esprimono anche con gesti simbolici che hanno il significato di nomi (es. “cavallo”), o con segnali iconici, quelli che imitano con le mani, il corpo o lo sguardo il movimento del referente o raffigurandone la forma: disegnare nell'aria il profilo di un terrazzo o stringere gli occhi per riferirsi a qualcosa di piccolo. Infine, anche molti gesti simbolici quelli che hanno un significato specifico in una certa cultura e sono come parole, atte quindi a far capire il nostro referente, portano informazioni sul mondo.

4.2. Informazioni sull'identità del Mittente

Quando sono in presenza di qualcuno, per il solo fatto di esserci dò informazioni su di me, sulla mia identità. Chi mi vede o mi sente parlare necessariamente capisce che appartengo alla specie umana (non sono un gatto, un abete o un televisore), se sono maschio o femmina, un bambino piccolo o una persona anziana, se sono italiano o no. Scopi esterni biologici e sociali mi impongono di comunicare queste credenze su di me a chiunque io incontri, ancor prima di cominciare a parlare: queste informazioni sono la mia bandiera, la targhetta sulla mia porta, danno al mio potenziale Destinatario l'informazione di sfondo necessaria per capire e interpretare il contenuto del mio eventuale atto comunicativo.

Gli scopi di informare sull'identità del Mittente governano, tipicamente, anche la comunicazione animale, sia intraspecifica che extraspecifica. Far sapere a un altro animale se

appartieni alla sua stessa specie o no, se sei della sua specie ma non vuoi che invada il tuo territorio è vitale per gli scopi dell'animale stesso. Talvolta certi scopi biologici – nascondersi dai predatori o confondere le prede lo inducono a ingannare sulla sua stessa identità: come la farfalla testa di morto che aprendo le ali con l'immagine di un teschio spaventa l'insettivoro che vorrebbe mangiarla; o l'orango che arruffando i peli fa credere al rivale di essere più grande (Visalberghi, Limongelli 1997; Castelfranchi, Poggi 1998). Altre volte è adattivo invece inviare informazioni veritiere, come il sesso e l'età, l'appartenenza a un certo gruppo o famiglia. La mamma gabbiano riconosce i suoi pulcini sia dalle piume che dalla voce; fra gli umani, i tratti fisiognomici del corpo e del viso, degli occhi, delle labbra, e le caratteristiche acustiche della nostra voce, danno informazioni su età, sesso, origini etniche e socio-culturali, personalità (Grammer et al. 1998).

L'identità sociale, l'appartenenza a un certo gruppo o a una cultura sono espressi da divise, simboli di status, o dall'accento regionale. Quest'ultimo in genere è regolato da uno scopo tacito di comunicare l'identità, ma a volte si può usare deliberatamente: se sei fiero di essere italiano, in un consesso internazionale puoi parlare inglese ma accentuando ostentatamente il tuo accento da italiano. Perché nel comunicare non solo diamo informazioni sulla nostra effettiva identità, cioè su chi siamo, ma anche, e forse più, su chi vogliamo mostrare di essere: informazioni di autopresentazione.

Poiché fra gli scopi fondamentali dell'animale uomo vi sono quelli dell'immagine e dell'autoimmagine, nell'interazione con gli altri vogliamo mostrare un'immagine positiva di noi stessi, presentarci come belli, forti, buoni, intelligenti (Cap. 32). Anche qui l'esempio ce lo danno gli animali con le loro esibizioni di forza e di bellezza; ma non solo i pavoni si pavoneggiano: in molti modi, verbali e non verbali, diretti e indiretti, esplicitamente comunicativi e apparentemente non comunicativi mostriamo le nostre qualità.

Un esempio di comunicazione verbale esplicita è il leggendario *"Io sono l'unto del Signore"* con cui si descriveva Silvio Berlusconi a cavallo del secolo, ma anche il fatidico *"Lei non sa chi sono io!"* di chiunque voglia presentare le proprie credenziali per *"farsi valere"*. Ma vi sono modi più sottili, come il *"name dropping"*, buttare lì un nome quasi senza parere, per far capire di avere amicizie importanti: *"Come dicevo proprio l'altra sera a Barack...."*. Ancora, segnali corporei come la *mano sul cuore* che significa onestà, nobiltà d'animo, o il *camminare impettiti* che fa capire: *"Io sono forte, sono fiero di me, sono uno che non deve niente a nessuno"*. Addirittura, modi apparentemente non comunicativi, ad esempio di *"comunicazione comportamentale implicita"* (Castelfranchi, Pezzulo, Tummolini 2010) per dare agli altri una buona immagine di sé: come il Preedy citato da Goffman (1959) che in spiaggia piega accuratamente il suo telo da bagno per far capire di essere una persona ordinata. In questo caso non c'è la meta-intenzione Griciana di comunicare, ma c'è senz'altro uno scopo di far sapere qualcosa (di buono) su di sé.

In sintesi, nell'interazione gli umani e altri animali hanno lo scopo (biologico, sociale, conscio, inconscio o tacito) di dare informazioni all'altro sulla propria identità effettiva; e spesso (gli umani forse sempre?) hanno lo scopo di dare una presentazione positiva di sé: il biglietto da visita per disporre l'altro a un'interazione positiva.

4.3. Informazioni sulla Mente del Mittente

Nella comunicazione umana, specialmente verbale, le credenze del Mittente che sono oggetto del suo comunicare non sono solo rappresentate, ma metarappresentate: se dico *"Oggi c'è il sole"*, non solo so che c'è il sole, so anche che di questa mia credenza io sono certo,

e so che ho lo scopo di farti sapere che c'è il sole. In quella semplice frase vi è molto più che una credenza sul mondo esterno: vi sono credenze sulla mia mente.

Quando comunichi tu dai, insieme alle credenze sul mondo di cui t'interessa parlare, anche credenze sulla tua mente: sulle tue credenze, scopi ed emozioni relativi a ciò che stai comunicando. Queste informazioni a volte le esprimi esplicitamente con atti comunicativi a parte, aggiuntivi rispetto alla comunicazione di credenze sul mondo. Puoi dire:

(5) *Oggi c'è il sole. Lo so per certo, perché lo vedo dalla finestra.*

(6) *Oggi c'è il sole. Sono proprio contenta.*

Ma anche quando questa comunicazione esplicita non c'è, le informazioni su ciò che credi, vuoi e senti sull'argomento del tuo dire sono sempre presenti, in aspetti verbali o corporei del tuo atto comunicativo.

4.3.1. Le credenze del Mittente

Come sappiamo (Cap. 1), sulle credenze immagazzinate nella nostra mente abbiamo metacredenze sul loro grado di certezza; ma se la comunicazione è un dono all'altro, non sarebbe un bel regalo dargli credenze di cui non siamo sicuri. Perciò nel dare una credenza diamo anche una metacredenza su quanto ne siamo certi; e poiché il grado di certezza della credenza dipende anche dalla sua fonte, è altrettanto rilevante far sapere al Destinatario da quale fonte deriva – percezione diretta, comunicazione, o ragionamento.

In linguistica l'informazione sul grado di certezza di una credenza si chiama "epistemicità" (dal greco *ephistemi* = sapere), quella sulla fonte, "evidenzialità", dal nome dei modi del verbo che in alcune lingue amerindiane esprimono la fonte di ciò che si dice (De Haan 1999; Zuczkowski, Bongelli, Riccioni 2017). E ve ne sono segnali sia verbali che corporei.

Segnali di epistemicità (sul grado di certezza della credenza):

Fra quelli verbali, il grado di certezza viene comunicato da:

- a. Segnali lessicali, cioè parole specifiche:
avverbi: come *forse, sicuramente*,
verbi: *credo, affermo, sembra, dubito, nego*
aggettivi: *certo, evidente*,
nomi: *certezza, sospetto, dato, ipotesi*
- b. Segnali morfosintattici, ossia modi dei verbi: indicativo come modo della certezza, congiuntivo e condizionale come modi dell'incertezza.

Fra i segnali corporei, comunicano certezza il gesto "*mani aperte a palme in su*", che significa "questo è chiaro, evidente, visibile a tutti", ma anche un *lieve aggrottamento di sopracciglia* che significa "questo lo dico seriamente, non sto scherzando"; comunicano incertezza o perplessità *scrollare il capo o alzare le sopracciglia senza aprire molto le palpebre*, mentre *alzare un sopracciglio solo* esprime scetticismo (Ekman 1979).

Segnali di evidenzialità (sulla fonte della credenza):

Fra i segnali verbali, l'italiano non ha modi evidenziali, ma posso esplicitare la fonte della credenza comunicata dicendo "*L'ho visto coi miei occhi*" o "*mi ricordo...*". Se l'ho saputa da altri posso non assumerne completamente la responsabilità, nel parlato dicendo "*secondo X...*" o "*a detta di X*", nello scritto con le *virgolette*, il segnale più chiaro di questa presa di distanze.

Fra i segnali corporei, quando le credenze che sto comunicando provengono dalla memoria a lungo termine posso *guardare in basso*, se cerco la parola giusta ma non mi viene, *schioccare indice e medio* come per sbloccare la memoria semantica; *guardo in alto* quando cerco di pianificare, fare previsioni sul futuro, e più in generale quando cerco di fare inferenze – tipicamente lo studente *guarda in su* quando cerca una risposta alla domanda del professore. Infine, la presa di distanze delle virgolette che si attua nello scritto si può fare anche con un gesto: *indici e medi delle mani si aprono e chiudono ad uncino, ai lati del capo*, a significare: “questa cosa la dico fra virgolette”.

4.3.2. Gli scopi del Mittente

Ogni atto di comunicazione umano contiene informazioni sugli scopi del Mittente relativi a ciò che sta comunicando. Ma possiamo distinguerne diversi livelli.

Scopo della frase. Uno scopo che devo comunicare, esplicitamente o implicitamente, con segnali verbali o corporei, è quello dell’atto comunicativo che sto compiendo – se voglio ordinare, domandare, informare, esprimere desideri; e lo comunica con mezzi lessicali (verbi performativi come *ingiungo, chiedo, annuncio, auspico*), grafici (*punto interrogativo o esclamativo*) o con l’intonazione o l’espressione facciale: un tono di ordine è diverso da uno di domanda, una faccia di supplica da una di affermazione.

Struttura informazionale della frase. In ogni frase c’è una parte nuova, o “comment” – le nuove credenze che il Mittente vuole comunicare – e una parte “vecchia” o “data”, il “topic” – le credenze che il Mittente dà per già note al Destinatario, a cui aggiungere le nuove. Il Mittente deve quindi distinguere e attirare l’attenzione del Destinatario sulla parte nuova; e lo fa coi meccanismi sintattici di topicalizzazione e focalizzazione, in cui un diverso ordine della frase evidenzia il topic o il comment (Es., “*Lo yogurt, l’ho mangiato io*”), e coi segnali di enfasi, che rimarkano l’importanza di una parte della frase, gestuali (un *gesto batonico*), facciali (l’*innalzamento di sopracciglia*) e intonativi (*accento* sulla sillaba o la parola più importante).

Relazioni logiche nel discorso. Un discorso è una serie di frasi con una scopo-meta comune a tutte, in cui il Mittente comunica nuove credenze al Destinatario, ma anche il modo in cui le deve collegare per inferire la meta: relazioni di tempo, causa-effetto, scopo, condizione, classe-esempio. Queste relazioni sono esplicitate verbalmente da congiunzioni come *dopo, perché, affinché, se*; ma anche da espedienti grafici, nello scritto: i *due punti* comunicano che la frase successiva spiega o dettaglia la precedente; *andare a capo*, che si passa a un nuovo argomento. Nel parlato, si *pronunciano frasi successive con la stessa intonazione* per elencare elementi della stessa classe; *ruotare sul polso la mano con pollice e indice protesi curvi* significa “c’è un collegamento fra questi due fatti”; un *cambiamento di postura* segnala il passaggio a un nuovo argomento.

Gestione della conversazione. La conversazione è un’attività sociale regolata da norme, che diventano scopi esterni sociali per i conversanti. In primo luogo, vi sono regole di presa del turno – aspettare che l’altro abbia finito di parlare, chiedere e dare la parola; inoltre vi è uno scopo collaterale di dare backchannel all’altro, cioè di fargli sapere se si sta seguendo, se si capisce, se si è d’accordo. Così per chiedere di parlare *si alza l’indice o la mano, o ci si protende*

verso l'altro; per far capire che si segue *si annuisce*, se non si capisce o non si è d'accordo, *si aggrottano le sopracciglia*.

Atteggiamento interazionale. Un'informazione presente in una combinazione di atti – un intero discorso o una serie di scambi conversazionali – è la “stance” del Mittente (Englebretson 2007; Jaffe 2009): il suo atteggiamento interazionale, il “modo di porsi” nei confronti del Destinatario; l'intenzione del Mittente di interagire in modo amichevole o formale, didattico o provocatorio, sbrigativo o cortese, sottomesso o aggressivo. Questo atteggiamento interazionale, traducibile come “mi pongo nei tuoi confronti nel modo X” viene espresso verbalmente dalla scelta lessicale: parole rudi o cortesi, alta quantità di spiegazioni o chiarezza di nessi logici che fanno inferire una superiorità cognitiva del Mittente vs. frasi incomplete o informazioni implicite, che riconoscono lo status sociale o cognitivo dell'altro; ma specialmente da segnali corporei come la *vicinanza all'interlocutore*, il *busto eretto* anziché *proteso* verso l'altro, l'uso del *contatto fisico*, la quantità e ampiezza dei gesti, che denotano disinvoltura e informalità nel rapporto con l'altro.

4.3.3. Le emozioni del mittente

Il Mittente può comunicare le proprie emozioni con frasi contenenti parole emotive: verbi (*gioisco, mi vergogno*), aggettivi (*triste, contento*), nomi (*spavento, gioia*); interiezioni (come *ooh!*, *Noo!*); o con parole di morfologia emotiva, come vezzeggiativi o dispregiativi (*bimbetta, stradaccia*). Ma anche una frase di per sé neutrale può esprimere emozioni, grazie allo strumento duttilissimo dell'intonazione, o a gesti come quelli di esultanza dell'atleta che vince; o alle espressioni facciali, il modo più antico e ricco di comunicare. Nello scritto si usano segni di punteggiatura come il *punto esclamativo*; nella modalità corporea, l'energia stessa dei movimenti, la loro ampiezza, la loro scattosità, sono indici di emozioni.

Capitolo 4

Sistemi di comunicazione

1. Il sistema di comunicazione

Quando un Mittente ha lo scopo di far avere una credenza a un Destinatario, produce un segnale che pensa sia collegato, nella mente del Destinatario come nella sua, al significato che vuole comunicare: se così non fosse, il Destinatario non potrebbe capire ciò che il Mittente vuol fargli sapere.

Un **sistema di comunicazione** è un insieme di regole che stabiliscono come collegare segnali e significati. Una lingua verbale è un sistema di comunicazione in cui possiamo distinguere sottosistemi di regole fonologiche, morfologiche, lessicali e sintattiche.

Nel vasto mondo della comunicazione animale sono innumerevoli e molto diversi i sistemi di Comunicazione, dalla danza delle api (Wilson 2021) ai feromoni delle formiche (von Frisch 1950) dai gridi d'allarme delle scimmie al sonar dei delfini; ma anche nella comunicazione umana, il sistema delle espressioni facciali è diverso da quello delle posture, e abbiamo diversi sistemi di gesti.

Ma in base a quali criteri possiamo determinare somiglianze e differenze fra tutti questi sistemi di comunicazione?

2. Parametri per distinguere i sistemi di comunicazione

Nel 1960, il linguista americano Charles Hockett propose 13 criteri per distinguere i sistemi di comunicazione umana, che chiamò "I tratti del disegno", fra cui il canale vocale-uditivo, la doppia articolazione, l'arbitrarietà, la discretezza e altri; in base a questi classificò i diversi "codici" usati dall'uomo e trovando, guarda caso, che il linguaggio verbale è marcato positivamente rispetto a tutti quei criteri. Una decina d'anni più tardi William Thorpe (1971) applicò i tratti di Hockett alla comunicazione animale. Ma già dalle prime ricerche sulle Lingue di Segni, quelle usati dai sordi (Klima, Bellugi 1979; Frishberg 1975; Radutzky 1981; Boyes Braem 1981), si è visto che molti dei criteri di Hockett sono troppo rigidi, anche per il linguaggio umano. Qui, senza necessariamente contrapporci ai suoi "design features", proporrò un piccolo numero di parametri che ci permettono di stabilire somiglianze e differenze fra tipi di segnali e fra sistemi di comunicazione diversi.

Per parametro di distinzione intendo un "punto di vista" dal quale guardare una classe di oggetti per classificarli; ogni parametro di classificazione comprende un certo numero di valori che posso attribuire a quella classe di oggetti. Un esempio: se devo classificare dei tavoli per una ricerca merceologica, li posso classificare da vari punti di vista (in base a vari parametri): in base al materiale di cui sono fatti distinguerò tavoli di legno, di metallo, di marmo....; in base alla forma saranno quadrati, rettangolari, tondi, ovali; in base al prezzo, dai 10 ai 60 euro, da 61 ai 100, dai 100 in su... Questo permetterà a un cliente di scegliersi il tavolo specificando per ogni parametro il valore che gli interessa.

Poiché nel nostro caso parliamo di sistemi di comunicazione, cioè regole per mettere in corrispondenza segnali e significati, i parametri che prenderemo in considerazione riguardano

la natura e origine dei segnali, il loro rapporto con altri sistemi di comunicazione, i loro significati, e infine il rapporto fra segnali e relativi significati.

2.1. La relazione con altri segnali: segnali autonomi e non

Il primo parametro per caratterizzare tipi di segnali è la loro **relazione con segnali di altre modalità**: se il segnale deve cooccorrere con altri segnali prodotti contemporaneamente o se può “stare da solo”. Distinguiamo così segnali *autonomi* e *non autonomi*. E' autonomo un segnale che può sia essere prodotto simultaneamente ad altri segnali di altre modalità, sia occorrere da solo, ma che anche quando occorre da solo è comprensibile e significativo. E' non-autonomo un segnale che, se non prodotto in concomitanza con altri, risulta incomprensibile o strano.

Una parola scritta è un segnale autonomo perché si può produrre e capire anche in isolamento, anche se non è accompagnata da altri segnali contemporanei. All'opposto i gesti batonici, movimenti di battito ritmico che scandiscono il parlato evidenziandone le sillabe accentate e così informando sulla struttura sintattica e informazionale della frase; poiché comunicano “questa è la parte nuova e degna d'attenzione della frase”, questi gesti non hanno ragion d'essere né significato senza una frase concomitante; per questo sono gesti *non-autonomi*, in questo caso necessariamente *co-verbali*. Fra questi due estremi vi sono molte sfumature, cioè segnali che a volte non sappiamo dire se siano autonomi o no.

In genere sono considerati autonomi, perché simili a parole, i *gesti simbolici* (detti anche emblematici). Come la “mano a tulipano” (Cap. 12): *mano a palmo in su con le dita che si toccano, che va su e giù davanti al Mittente*; che significa in Italia “ma che vuoi?”, “ma che fai?” o anche solo “cosa?” “perché?”. O la *mano che va avanti e indietro davanti alla bocca, col palmo verso il Mittente e indice e medio aperti e tesi*: che vuol dire “sigaretta” o “fumare”. Questi gesti italiani sono autonomi perché non devono essere prodotti per forza nel pronunciare parole o frasi: si possono infatti incontrare esempi di interi dialoghi a gesti fatti da un lato all'altro di una strada trafficata, sia nella realtà quotidiana sia nei film: come quelli fra Giancarlo Giannini e Mariangela Melato in “Mimì Metallurgico ferito nell'onore”, o fra Carlo Verdone e Margherita Buy in “Maledetto il giorno che ti ho incontrato”. Tuttavia il fatto che questi gesti si possano usare anche senza parole o frasi non significa che durante il gesto non si producano altri tipi di segnali: anzi un gesto simbolico è sempre accompagnato da un particolare sguardo o espressione facciale. E anche le frasi molto raramente si producono in assenza di altri segnali simultanei: ad esempio hanno sempre un'intonazione, che in un certo senso è un segnale diverso dalla frase stessa. E seppure entrambi vengono recepiti nella modalità uditiva, sono tipi di segnali diversi, tant'è che i segnali intonativi sono stati chiamati “soprasegmentali” (Crystal 1969; Lehiste 1970).

2.2. La costruzione cognitiva: segnali codificati e creativi

Un secondo importante parametro di differenziazione fra segnali è la loro **costruzione cognitiva**, cioè il fatto che siano o meno rappresentati stabilmente nella memoria del Mittente. Da questo punto di vista si distinguono segnali codificati e creativi.

2.2.1. Segnali codificati

E' **codificato** un segnale che è stabilmente collegato a un significato, così da costituire una coppia segnale-significato rappresentata nella memoria a lungo termine del Mittente e del Destinatario: proprio come un'entrata lessicale del lessico verbale. Sul versante del segnale sono rappresentate in memoria le sue caratteristiche motorie e percettive, su quello del significato le corrispondenti informazioni semantiche, cioè le credenze che comunica. Il segnale è rappresentato per il Mittente in termini di programmi motori (i movimenti da produrre per pronunciare una parola o eseguire un gesto), per il Destinatario in termini di immagini mentali (l'immagine uditiva della parola o l'immagine visiva del gesto). Il significato è rappresentato come uno schema motorio e/o un'immagine mentale, e in un formato proposizionale (Tab.1).

Tabella 1.

	Mente del Mittente	Significato	Mente del Destinatario
Parola	Programma motorio di pronuncia della parola <i>/sigaretta/</i>	IMMAGINE MENTALE DELLA SIGARETTA SCHEMA MOTORIO DELL'AZIONE DI FUMARE	Immagine uditiva della parola <i>/sigaretta/</i>
Gesto	Programma motorio: <i>Indice e medio aperti e tesi avanti e indietro col palmo davanti alla bocca</i>	OGGETTO ARTEFATTO USATO PER FUMARE	Immagine visiva: <i>Indice e medio aperti e tesi avanti e indietro col palmo davanti alla bocca</i>

I segnali codificati, dunque, formano nella nostra mente un lessico, cioè una lista di coppie segnale-significato, in cui il Mittente conosce la forma canonica e l'esatto significato, e crede che quel particolare segnale abbia quello specifico significato per l'interlocutore così come lo ha per lui. La rappresentazione stabile della coppia segnale-significato nelle menti di M e D permette una notevole economia nella produzione e la comprensione di atti comunicativi: M sa che il significato C rappresentato nella sua memoria è collegato al segnale s, e ogniqualvolta vuole comunicare C deve semplicemente cercare in memoria il segnale che vi è collegato e una volta trovato produrlo. D, a sua volta, percepisce il segnale s, lo cerca nella sua memoria, e se trova che è collegato al significato C, assume la credenza C.

Le parole sono l'esempio più tipico di segnale codificato. Ma anche segnali in altre modalità sono memorizzati e condivisi. Un caso conclamato sono i cosiddetti "gesti simbolici": gesti che in una determinata cultura hanno un significato condiviso e una traduzione "canonica" in parole o frasi, così da costituire un vero e proprio "lessico". Di molti sono stati stilati dei dizionari: gesti sudamericani (Meo-Zilio 1983), russi (Kreidlin 2004) siciliani (Cocchiara 1977), napoletani (De Iorio 1832), catalani (Payratò 2021).

Ma sono sistemi di segnali codificati non solo le parole o i gesti simbolici; quando lancio uno sguardo di sfida o di rimprovero a qualcuno, lui sa benissimo cosa intendo: il significato è condiviso. Anche un gesto batonico, un'espressione del viso, un'intonazione particolare possono avere un significato molto specifico codificato e condiviso nelle menti del Mittente e del Destinatario: entrambi attribuiscono lo stesso significato a quel particolare modo di

guardare, a quell'espressione facciale, a quel contorno intonativo. Un gesto batonico significa "qui finisce il sintagma in questa frase", oppure "questa è la parte più importante della mia frase, a cui voglio che tu ponga particolare attenzione"; se *guardo il mio interlocutore e poi una persona o un oggetto* lì presente con sguardo un po' obliquo significa "mi riferisco a quella cosa o persona"; se *innalzo le parti interne delle sopracciglia* esprimo tristezza (Ekman, Friesen 1978), e se lo faccio *chinando il capo di lato e guardando l'interlocutore* vuol dire che lo sto implorando; se *abbasso il tono* durante una frase, sto aprendo una parentetica (Payà Canals, 2002), e così via.

Una lista di coppie segnale-significato codificate nelle menti dei parlanti forma un Sistema di Comunicazione codificato, cioè un **lessico**. Alcuni lessici comprendono inoltre anche una serie di regole per combinare fra loro i segnali codificati, che chiamiamo **regole sintattiche**. Un lessico che comprende anche regole sintattiche si può definire una **lingua**.

Costituiscono dunque una lingua le lingue verbali storico-naturali, cioè le lingue parlate da tutti i popoli del mondo, ma anche le lingue di segni, cioè i sistemi di comunicazione visivo-gestuali usate dai sordi (Klima, Bellugi 1979).

Non costituiscono invece vere e proprie lingue i sistemi di comunicazione gestuali codificati usati dagli udenti, come quello dei gesti simbolici usati in Italia, in Brasile o in Sud Africa. Né si possono chiamare lingue i lessici dello sguardo, del toccare, delle espressioni facciali o dei movimenti del capo: pur essendo sistemi codificati, memorizzati nelle menti dei parlanti, sistematici e condivisi in una certa cultura, non comprendono regole per la combinazione di due o più segnali a formare frasi, per cui non sono *lingue* a pieno titolo. Tuttavia, costituiscono a buon diritto dei lessici, ossia liste di coppie segnale-significato codificate; al punto che non ci potremmo capire se tutte queste corrispondenze non fossero condivise.

Nei Capp.10-13 cercheremo di stilare alcuni di questi lessici: i gesti simbolici italiani, quelli di contatto fisico, dello sguardo, delle facce performative, fino ai gesti e sguardi del direttore d'orchestra e del pianista.

2.2.2. Segnali creativi

E' **creativo** un segnale in cui la corrispondenza col significato è stata escogitata dal Mittente ex novo, in maniera estemporanea, perché nella sua mente non vi è già una preesistente corrispondenza segnale-significato atta a comunicare proprio il significato che il Mittente vuole comunicare.

A volte il significato C che il M vuole comunicare è una rappresentazione proposizionale o un'immagine mentale che M può concepire, ma per cui non esiste ancora un segnale apposito. In questo caso, M deve creare un segnale completamente nuovo per quel significato. Ma il segnale dev'essere anche compreso: D deve essere in grado di capire quale significato ha in mente M, semplicemente a partire dal segnale completamente nuovo da lui creato e prodotto; cioè, per ogni nuovo segnale creato da M dev'essere possibile inferirne il significato. Ciò richiede, a sua volta, che il segnale escogitato sia collegato al significato in maniera non casuale. Ma se da un segnale S D deve poter inferire lo stesso significato C inteso da M, le regole d'inferenza usate da M per creare un segnale per un determinato significato devono essere le stesse di quelle usate da D per dedurre quel significato dal segnale percepito: Mittente e Destinatario devono condividere la stessa serie di regole d'inferenza per collegare segnali e significati.

Il più tipico esempio di segnale creativo sono i **segnali iconici**, cioè quelli che rappresentano un significato imitando aspetti fisici legati ad esso.

Immagina di dover comunicare gestualmente l'idea di "prigione". Se vivi in Italia, probabilmente cercando nel tuo lessico mentale dei gesti trovi che a questo significato corrisponde uno specifico gesto: basta *mettersi di fronte alla faccia la mano aperta con le dita tese*. Ma pensa ora di dover comunicare l'idea di "violoncello"; nel tuo lessico gestuale non troverai una regola lessicale che colleghi questo significato a un gesto specifico, e allora dovrai creare un nuovo gesto: ad esempio, *muovere le mani come tenendo con la sinistra il manico e con la destra l'archetto*.

In questo caso hai creato una "pantomima", cioè una serie di movimenti del corpo atti a comunicare un significato, ma non (finora) stabilmente legati ad esso.

L'idea di poter creare un segnale completamente nuovo può apparire plausibile per i gesti o altri sistemi di comunicazione considerati in genere ai confini del linguaggio; ma certo ci sembrerebbe strano per una lingua verbale, che in genere consideriamo il regno dei segnali codificati. Eppure anche nelle lingue si creano segnali nuovi. Ne sono un esempio i neologismi: anche se non hai mai letto o sentito la parola *zuccheraggio* puoi capire che significa, per la sua analogia con altre parole di cui sai il significato: qui la morfologia derivazionale, cioè la combinazione della radice *zuccher-* e del suffisso *-aggio*, ci dice che si tratta di un'azione che ha a che fare con lo zucchero. Qui però abbiamo già un lessico da cui partire, cioè una serie di segnali già codificati e condivisi.... Ma ci possono essere casi in cui non c'è ancora un linguaggio comune. Immagina di essere in un'isola tropicale sconosciuta: nel comunicare a un indigeno, per riferirti a un animale che non conosci, potresti imitare il suo verso, e lui capirebbe. In vari sistemi di comunicazione, dunque, per creare nuovi segnali ci basiamo su regole d'inferenza condivise, grazie alle quali l'interlocutore può inferire il significato dei segnali nuovi.

Qual è dunque la differenza fra segnali creativi e codificati?

Un *segnale creativo* non è immagazzinato in memoria ma creato estemporaneamente, e per essere compreso dal Destinatario senza essere preventivamente memorizzato il suo significato deve essere inferibile; per questo il segnale creativo dev'essere inventato ex novo basandosi su un piccolo numero di regole di inferenza condivise – regole di composizionalità o di somiglianza, come vedremo nel prossimo paragrafo.

In un *segnale codificato*, invece, il collegamento fra come è prodotto o percepito e cosa significa è rappresentato esplicitamente nelle menti del Mittente e del Destinatario come una regola di corrispondenza fra un segnale e un significato. In questo caso dunque un segnale codificato è comprensibile non perché l'uno può essere inferito dall'altro, ma perché il collegamento è memorizzato stabilmente nelle menti di Mittente e Destinatario.

2.2.3. Segnali codificati biologici e culturali

Sia il collegamento fra segnale e significato dei segnali codificati che le regole d'inferenza per inventare e comprendere segnali creativi possono essere stabiliti sia su base biologica che su base culturale, cioè essere innati o appresi.

Alcuni esempi: *alzare la mano, a palmo in fuori, con l'indice e il medio tesi e divaricati* a forma di V, che traduciamo "Vittoria!" ed esibisce esultanza per un successo, è un gesto codificato culturalmente, che lontano dalla cultura occidentale può essere incomprensibile. Al contrario, l'espressione di esultanza di *alzare e scuotere in alto le mani a pugno* è codificata biologicamente (Anolli et al. 2002). *Fare l'occhiolino chiudendo un occhio*, che in Italia comunica allusione o complicità, è un segnale codificato; ma il *colpo di sopracciglia* individuato da Eibl-Eibesfeldt (1970 a) nei saluti, che mostra apertura all'altro, è universale,

quindi codificato biologicamente. Le espressioni facciali delle emozioni fondamentali (felicità, rabbia, paura, tristezza, disgusto, sorpresa) come è stato mostrato da Ekman, Friesen (1978) sono governate da un programma motorio innato, mentre i movimenti per il sì e per il no, che Darwin (1872) ipotizzava essere innati, non sono universali (Collett & Contarello, 1983): in Bulgaria e ShriLanka, *scuotere il capo* come facciamo noi per dire no, significa invece sì.

Che un segnale sia codificato culturalmente significa che per comprenderlo il Destinatario deve aver percepito il segnale almeno alcune volte e memorizzato il significato collegato. E' per questo che i gesti simbolici, per definizione codificati culturalmente, raramente sono usati dai non vedenti, che non hanno l'opportunità di vederli fare e quindi non imparano a produrli (Poggi, Magno Caldognetto 1997 c; Cap.11). Se il segnale è biologicamente codificato, invece, dovrebbe poter essere compreso anche da chi non l'ha mai visto. Il gesto di *lisciarsi il mento col dorso della mano* per comunicare "non m'importa nulla" è un gesto codificato napoletano, incomprensibile fuori dall'Italia, mentre una smorfia di disgusto o un sorriso di felicità non richiede apprendimento culturale per capirlo: e il sorriso, esibito anche da bambini ciechi dalla nascita (Eibl-Eibesfeldt, 1970 c) è segnale biologico, innato e universale negli umani.

2.3. Contenuto semantico

Un altro parametro di differenziazione fra segnali è il loro contenuto semantico. Come abbiamo visto nel capitolo 3, i nostri atti comunicativi possono riguardare informazioni sul Mondo, sull'Identità del Mittente o sulla sua Mente. Possiamo comunicare su oggetti concreti e astratti, persone, animali, eventi – il mondo al di fuori di noi –, o su noi stessi, il nostro genere, età, radici culturali e sociali, qualità interne, tratti di personalità; o infine sui nostri stati mentali: le credenze, scopi, emozioni su ciò di cui stiamo trattando.

Ci si può chiedere se la differenza di contenuto semantico sia parallela alla distinzione fra tipi di segnali; ma sembra che piuttosto l'una corra trasversalmente all'altra. Non si può dire, ad esempio, che l'informazione sul Mondo sia portata solo dalla comunicazione verbale, né che le altre modalità siano dedicate solo a informare su affetti o atteggiamenti interazionali. Tipi di segnali e tipi di significati s'intrecciano in modi molto più intricati e complessi, e lo stesso significato può essere comunicato da segnali di modalità diverse. Possiamo informare sui referenti del nostro discorso non solo con le parole o con gesti iconici o simbolici (ad esempio, nominando o mimando oggetti, azioni o eventi) ma anche con gesti d'indicazione, o addirittura indicando con le labbra (Enfield 2001), il mento o gli occhi. Perfino lo sguardo può informare su aspetti concreti o astratti di oggetti o concetti (Cap.14), come quando *strizziamo gli occhi* nel riferirci a una cosa molto piccola o a un concetto molto sottile. Con la prosodia possiamo dare informazioni su dimensioni di oggetti o quantità: allungando la "a" nel dire "vengo da lontaaaaaano..." si esagera quella distanza.

Tra le Informazioni sulla mente del Mittente, alcuni tipi di significati possono essere comunicati da segnali di più modalità: la certezza delle credenze è espresso da verbi avverbiali e aggettivi (*credo, forse, sicuro*), ma anche *innalzando le sopracciglia* enfaticamente, o *aggrottandole* per esprimere dubbio, o *aprendo le mani* come a dire "è visibile a tutti". La fonte delle credenze comunicate si può esprimere con l'interiezione "ah", che vuol dire "questa informazione la vengo ad acquisire ora", ma anche *schiacciando le dita*, che significa "sto cercando di ricordare".

Riguardo ai suoi Scopii il Mittente può informare sullo scopo della frasi con un verbo performativi (*ammetto, obietto, assicuro*), con intonazioni performative (De Dominicis 1992; Cresti 1977; Cresti, Firenzuoli 2000) o espressioni facciali (Poggi, Pelachaud 2000 a; b;

Domaneschi, Passarelli, Chiorri 2017). La distinzione fra topic e comment è veicolata dai gesti batonici, dall'*innalzamento delle sopracciglia*, dall'*accento su una sillaba* tonica; nel discorso, puoi scandire gli items di una lista *contando sulle dita* o con un'*intonazione ricorrente*; nella conversazione, chiedi il turno *alzando la mano* e fai capire se segui o approvi o meno *annuendo o scuotendo il capo*.

Le emozioni sono comunicate dalle espressioni facciali (Ekman 1982; Ekman, Friesen 1986), ma anche dalla voce (Scherer 1986), dalla postura o dalla tensione muscolare di un gesto (Tomkins 1962; Condon, Ogston 1971; Argyle 1988; Badler et al. 1999; Chi et al. 2000; Grammer et al., 2004), o da parole emotive (*gioia, intenerito, offendersi*).

Infine, le informazioni sulla nostra identità trapelano, spesso senza uno scopo cosciente di comunicarle, dai tratti fisiognomici del volto e del corpo, dalla forma delle labbra o degli occhi, ma anche dal timbro della voce o dall'accento dialettale; e possiamo usare deliberatamente il nostro modo di camminare o di muoverci per scopi di auto-presentazione, cioè per mostrare l'identità che vogliamo.

2.4. Rapporto fra segnale e significato

Segnali diversi si distinguono anche in base a due parametri che riguardano il rapporto fra segnale e significato: la differenza motivato – arbitrario, che ha a che fare con l'inferibilità del significato dal segnale; e l'opposizione olofrastico – articolato, relativa ai "blocchi" di significato e di segnale che vengono messi in corrispondenza.

2.4.1. Motivato o arbitrario

Un segnale è o motivato o arbitrario. Questa distinzione, enfatizzata da Saussure (1916), risale ad Aristotele, e ancora più indietro a Platone, ma può essere ridefinita in termini cognitivi.

Il segnale è **motivato** quando il significato può essere inferito anche da chi non l'ha mai visto o udito perché vi è connesso in maniera non casuale. Il segnale è **arbitrario** quando non è legato al suo significato da una regola d'inferenza condivisa per risalire al significato partendo dal segnale, per cui il segnale non può essere compreso a meno che non sia già conosciuto, cioè rappresentato stabilmente nella memoria.

Un segnale può essere **motivato**, cioè legato al suo significato in maniera non casuale, in tre modi: per similarità, per composizionalità o per determinismo meccanico.

Similarità. Il segnale legato al significato per similarità (somiglianza, imitazione) è un segnale iconico. E' **iconico** un segnale quando una parte o un aspetto percettivo del segnale in qualche modo assomiglia (imita, mima, è simile a) una parte o aspetto percettivo legato al suo significato. Sono esempi di segnali iconici un gesto pantomimico che significa "violoncello", una parola onomatopeica come "*fruscio*", un ideofono giapponese come il suono prodotto per indicare un dolore fisico (Fonagy 1979; 1983; Hinton et al. 1994; Voeltz, Kilian-Hatz 2001), un caso di simbolismo fonico (Ahlner, Zlatev 2010). La regola principale per creare un gesto iconico (cap. 11) è basata sulla somiglianza: "produci un gesto la cui forma, posizione e/o movimento richiama la forma, la posizione o il movimento o azione dell'oggetto o evento a cui ti riferisci". Per significare "violoncello", imiti i movimenti di chi suona un violoncello.

Composizionalità. C'è composizionalità, tipicamente, nella formazione delle parole in lingue con una morfologia derivazionale (Dressler, Tonelli 1985; Tonelli, Dressler 1993), ma anche

nella formazione di nuovi segni nelle Lingue di Segni. La regola dice: scomponi il nuovo significato in significati vecchi e combina insieme i segnali che corrispondono a quei significati. Per esempio, per dare un nome a un dispositivo tecnologico che permette di parlare da lunghe distanze, prendi una parola o un morfema che richiama il parlare (voce = *phoné*) e combinalo con un altro che richiama l'idea di lontananza (lontano = *télos*): ed ecco la parola *telefono*.

Determinismo meccanico. Sono legati al loro significato per determinismo meccanico i segnali **biologici**. Il gesto di *alzare e scuotere le mani a pugno* che abbiamo visto tante volte negli atleti che vincono una gara non è un gesto iconico, poiché non "imita" la gioia o l'esultanza, ma è determinato dall'*arousal* fisiologico della gioia, che per sua natura si esprime in movimenti di espansione e innalzamento (Laban, Lawrence 1974; Byun, Badler 2002; Chi et al. 2000; Tracy, Robins 2004).

Ma prendiamo il suono bilabiale presente in tutte le lingue nei nomi riferiti alla madre (*mom, mamma, maman...*): anche questo non è un suono iconico, poiché non si riferisce all'idea di madre imitandola; ma è il suono tipicamente prodotto in presenza della figura materna nel momento della suzione (Malmberg 1974; Ohala 1984). Anche gli "*affect bursts*" (scoppi affettivi), una sorta di proto-interiezioni con cui esprimiamo istintivamente moti affettivi (Scherer 1994), come l'*òoh* di sollievo, mostrano un determinismo meccanico nell'espressione vocale delle emozioni. Un altro esempio è lo sguardo del Maestro di coro che chiedendo di suonare "sforzatissimo" *strizza forte gli occhi*, mimando il movimento tipico di chi fa uno sforzo nel compiere un'azione. Chiamiamo dunque **biologico** un segnale che contiene gli stessi aspetti sensomotori prodotti da un evento biologico collegato al suo significato.

Contrapposto a questi **segnali motivati**, chiamiamo invece **arbitrario** un segnale che non ha nessuna relazione col suo significato, di somiglianza, composizionalità o determinismo meccanico, e che per questo non può essere compreso per inferenza da chi non lo conosce. Sono segnali arbitrari la maggioranza delle parole nelle lingue verbali: come le parole, di uguale significato ma diverse per forma, *cavallo, horse* e *pferd*.

Che relazione c'è fra questi due parametri di distinzione dei segnali, creativo vs. codificato e motivato vs. arbitrario?

Un segnale creativo è compreso proprio grazie al fatto di essere motivato, cioè perché il suo significato può essere inferito anche senza conoscerlo in precedenza. Infatti, se è creato in assenza del suo referente deve necessariamente essere iconico, o comunque motivato. A meno che, ovviamente, la relazione fra segnale e significato non venga dichiarata esplicitamente: posso mostrare un nuovo oggetto tecnologico del tutto sconosciuto e dire: "questo lo chiamerò *grusbogio*". Ma se un segnale nuovo non è prodotto mostrandone esplicitamente il referente, e non è motivato, non può essere compreso. Un segnale non motivato può essere usato per comunicare solo se la corrispondenza col suo significato è nota sia al Mittente che al Destinatario, cioè rappresentata preventivamente nella loro memoria. Ciò non significa però che i gesti codificati non siano mai motivati o iconici: *scuotere i pugni in alto* per l'esultanza è un gesto motivato, ma è anche codificato, addirittura biologicamente; *indice e medio in su davanti alla bocca*, che significa "sigaretta", è codificato culturalmente, ma è nato come iconico, e tale resta. Solo che l'iconicità o motivatezza di questi gesti non sono necessari in questo caso per la loro comprensibilità, che è invece assicurata dal fatto che sono codificati e condivisi.

2.4.2. Olofrastico o articolato

Un'altra differenza nel rapporto fra segnale e significato è quella tra segnali **olofrastici** e **articolati** (Poggi 1981; 1987). L'unità della comunicazione è l'atto comunicativo, costituito da un performativo (lo specifico scopo della frase) e un contenuto proposizionale (ciò di cui la frase parla, Capp. 5 e 7). Questo materiale semantico può essere veicolato o da un singolo segnale o da più segnali, e in quest'ultimo caso, il significato dell'atto comunicativo intero viene segmentato in parti di significato, a ognuna delle quali viene a corrispondere un segnale. Definisco **olofrastico** (dal greco *òlos* = intero e *phrazein* = dire) un segnale unitario che da solo porta il significato di un atto comunicativo completo, comprensivo di performativo e contenuto proposizionale; e **articolato** un segnale che porta il significato solo di una parte dell'atto comunicativo, ad esempio solo il suo performativo o un segmento del contenuto proposizionale.

Nelle lingue verbali, l'unico caso di segnale olofrastico sono le interiezioni, mentre tutti gli altri tipi di segnali (nomi, articoli, avverbi, verbi....) sono articolati (Poggi, 1981a). Un'interiezione ha il significato di una frase, tant'è vero che per darne un sinonimo in realtà devi fare una parafrasi: una frase intera. *Tòh* significa "ti informo (performativo) che questo fatto mi sorprende (contenuto proposizionale)", *ehi* vuol dire "ti chiedo (performativo) di prestarmi attenzione (contenuto proposizionale)". In entrambi i casi c'è sia il performativo (ti informo, ti chiedo) sia un contenuto proposizionale (che questo mi sorprende; che tu mi presti attenzione). Ma qual è la differenza fra l'interiezione e la sua parafrasi articolata? Nell'interiezione, performativo e contenuto sono veicolati entrambi da un singolo segnale, che è quindi codificato in memoria come corrispondente proprio all'intero atto comunicativo. Nella frase articolata, ogni segnale porta il significato solo di una parte dell'atto comunicativo: *chiedo* porta il performativo, *prestare attenzione* il predicato del contenuto proposizionale. Mentre nel linguaggio verbale, che è il regno delle frasi articolate, solo le interiezioni sono segnali olofrastici, nei sistemi di comunicazione corporei i segnali sono più spesso olofrastici che articolati: un'espressione facciale significa "ti informo che sto provando l'emozione X", ma fra i gesti simbolici ne troviamo sia di olofrastici che di articolati. Quello con *indice e medio tesi e aperti avanti indietro davanti alla bocca* è un gesto articolato che significa solo "fumare" (un'azione) o "sigaretta" (l'oggetto dell'azione) (Figura 1), non comprende nel suo significato uno specifico performativo, e in virtù di questo si può usare con performativi diversi per significare frasi diverse: come proposta ("fumiamoci una sigaretta") o come informazione ("quello fuma molto"). Invece il gesto della *mano a palmo in giù che muove su e giù le dita*, che significa "Vieni qui" (Fig.2), è un gesto olofrastico, perché incorpora nel suo significato quello e solo quel performativo, necessariamente una richiesta all'interlocutore di venire dal parlante.

Figura 1. Fumare o sigaretta



Figura 1

fumare

Figura 2. Vieni qui



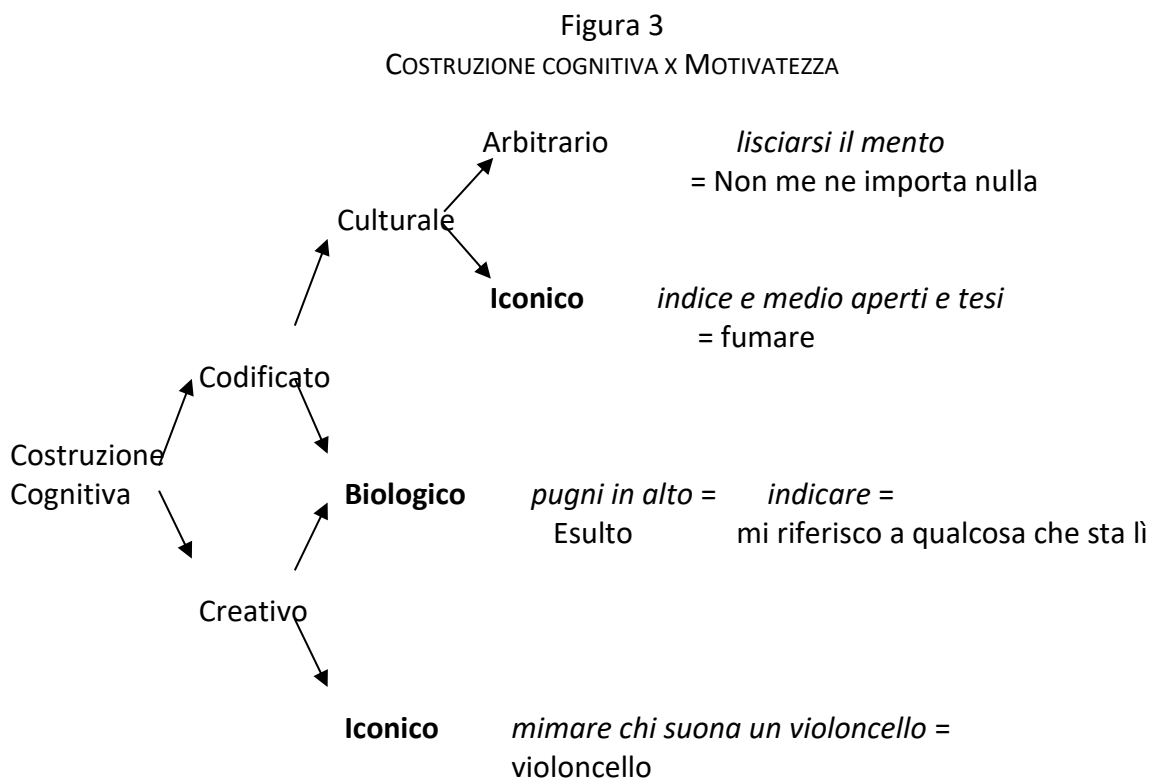
Figura 2

Vieni qui

3. Incrociare i parametri

Incrociando i parametri si ottengono i diversi tipi di segnali. Ad esempio, I gesti simbolici, come la *mano a tulipano*, sono codificati (COSTRUZIONE COGNITIVA) e autonomi (RELAZIONE CON ALTRI SEGNALE), mentre il gesto *mani aperte a palme in su* che significa “questo è ovvio, evidente” è codificato ma co-verbale, non autonomo. Se cerchi di comunicare con un amico che parte in treno col finestrino chiuso devi produrre dei gesti autonomi, necessariamente, non co-verbali (parametro RELAZIONE CON ALTRI SEGNALE), che però possono essere (dal punto di vista della COSTRUZIONE COGNITIVA) sia creativi che codificati: puoi mimare di mangiarti un panino (creativo) per consigliargli di comprarselo, ma poi lo saluti scuotendo la mano (codificato). Il parametro della COSTRUZIONE COGNITIVA si incrocia anche con il CONTENUTO SEMANTICO, perché sia oggetti, persone, azioni (informazioni sul mondo) che credenze, emozioni e scopi (informazioni sulla mente) si possono comunicare con segnali sia codificati che creativi. Per riferirsi a “forbici” o “sigarette” noi italiani abbiamo dei gesti simbolici; ma per significare un “acido”, un paziente afasico *si gratta il dorso della mano*, inventando così un gesto creativo (acido = qualcosa che corrode). Per alludere alle proprie qualità morali un politico può *mettersi una mano sul cuore*: un gesto codificato per “noi siamo nobili, leali”; ma lo stesso contenuto può essere comunicato con un’espressione di disgusto (creativo) parlando del proprio rifiuto di proposte meschine (Cap.29).

Nell’incrocio fra COSTRUZIONE COGNITIVA e RAPPORTO SEGNALE – SIGNIFICATO, sia i segnali codificati che quelli creativi possono essere sia motivati che arbitrari. *Alzare la mano* per chiedere la parola è codificato, ma è motivato biologico, perché alzare una mano per sua natura aumentando la visibilità suscita attenzione. *Lisciarsi il mento* per significare “non me ne importa nulla” e *indice e medio aperti e tesi* per “sigaretta” sono entrambi gesti codificati, ma il secondo è iconico, il primo no (Fig.3).



grassetto = gesto motivato

Parte III

Frasi, parole, significati

Capitolo 5

L'atto comunicativo

1. Atti linguistici e atti comunicativi

In un passo di *"Pensiero e Linguaggio"*, Lev Semenovich Vygotskij (1934) ricorda un esercizio che Stanislavskij assegnava ai suoi allievi attori: data una frase, devi pronunciarla e metterla in scena in 100 modi diversi, con 100 diverse sfumature di significato, da esprimere con differenti posture, intonazioni ed espressioni del viso. Ma come può una stessa frase avere tante sfumature? Perché, anche se il suo significato è sempre lo stesso, molto diverse possono essere le intenzioni con cui la pronuncio, l'atteggiamento che ho verso l'altro e le nostre reciproche relazioni. Ciò che cambia, anche in una stessa frase, è il tipo di intenzione comunicativa per cui la dico.

L'unità della comunicazione – cioè il minimo di significato che possiamo comunicare – è l'atto comunicativo: un atto con cui parli di certe cose, ma fai anche capire al Destinatario qual è la tua intenzione comunicativa, cioè perché ne parli. Quindi ogni **atto comunicativo** è costituito da due parti: un performativo e un contenuto proposizionale.

La nozione di "performativo" (dall'inglese *to perform* = compiere, eseguire) è stata proposta da Austin (1962), che per primo ha evidenziato come ogni frase "compie" un'azione, introducendo così l'importante nozione di "atto linguistico". Ma qui preferisco parlare non solo di atti linguistici bensì, più in generale, di atti comunicativi, e dò una definizione di performativo in parte diversa da quella Austiniana.

Un **atto comunicativo** è un'azione prodotta da un Mittente M, volta a influenzare un Destinatario D, cioè a chiedergli di compiere un'azione (a comunicare lo scopo di M che D faccia A). Tutta la comunicazione infatti è un atto di influenzamento.

Il significato di ogni atto comunicativo comprende un contenuto proposizionale e un performativo. Il **contenuto proposizionale** è l'insieme di credenze su cui M vuole comunicare, e il **performativo** è il tipo di azione comunicativa che M intende compiere verso D (cioè la richiesta che gli fa) relativamente a quel contenuto.

Un atto comunicativo può essere prodotto con segnali corporei o verbali, e in quest'ultimo caso è un atto linguistico, cioè una frase.

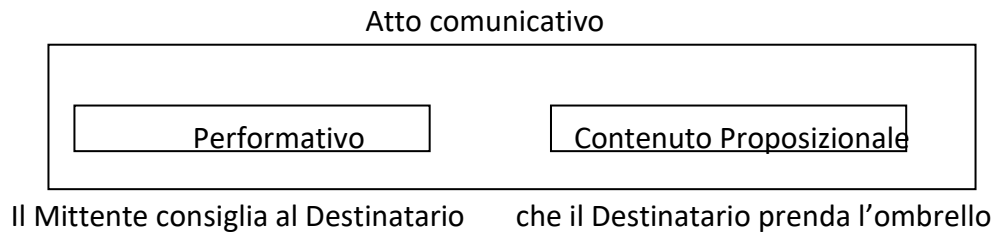
Prendiamo questa frase:

(1) Ti consiglio di prendere l'ombrello

Qui il **contenuto proposizionale** parla di qualcuno che prende l'ombrello e dà informazioni su ciò a cui M si riferisce (il Destinatario e l'ombrello) e su ciò che M predica (le informazioni nuove che dà) sui referenti (l'azione di prendere).

Il **performativo** è l'azione di consigliare, cioè esprimere lo scopo che D compia un'azione che è nell'interesse di D stesso (Fig.1).

Figura 1
La struttura di un atto comunicativo



Atti comunicativi diversi possono avere lo stesso performativo ma rispetto a diversi contenuti proposizionali,

(2) Ti consiglio di iscriverti a Fisica

(3) Ti consiglio di farti il vaccino

oppure diversi contenuti proposizionali ma con lo stesso performativo

(4) Ti ordino di prendere l'ombrello

(5) Ti suggerisco di prendere l'ombrello

(6) Ti supplico di prendere l'ombrello

2. Il performativo

Sono tanti i performativi delle nostre frasi, cioè i tipi di azioni comunicative che possiamo compiere verso gli altri: in un dizionario le parole che descrivono performativi possibili, come *ordino, prego, suggerisco, chiedo, annuncio, propongo, auguro, obietto, accuso* ecc., sono varie centinaia. Ma poiché il materiale semantico di cui sono costituiti (le credenze che contengono) è ricorrente, si possono distinguere in base a un piccolo numero di parametri: rispetto ad ogni parametro uno specifico performativo assume un particolare valore semantico, e la combinazione dei valori assunti su tutti i parametri costituisce il suo particolare significato.

I parametri, cioè i tipi di informazione contenuti in genere nel performativo, sono questi:

1. Il TIPO DI SCOPO dell'atto comunicativo, che ha 4 possibili valori: si può chiedere all'altro di compiere un'azione (richiesta), dare un'informazione (domanda), credere a ciò che gli si dice (informazione), o prendere atto di un'espressione di desiderio (ottativo). Un *ordine* e una *preghiera* chiedono all'altro un'azione, una *domanda* chiede un'informazione, un *avviso* chiede di credere a ciò che si dice, un *augurio* e un *maledizione* esprimono il desiderio che avvenga qualcosa di positivo o negativo a qualcuno;
2. nell'INTERESSE di chi è l'azione richiesta o l'informazione data; ti dò un *ordine* nel mio interesse, un *consiglio* nel tuo interesse, faccio una *proposta* nell'interesse sia tuo che mio, un *avviso* e un *augurio* sono nel tuo interesse;
3. il GRADO DI CERTEZZA delle conoscenze comunicate; fra *dichiarare* e *suggerire*, nel primo performativo il parlante è molto certo di quel che dice, nel secondo meno, o comunque non fa pesare tale certezza;
4. la RELAZIONE DI POTERE fra M e D: in un *ordine*, il Mittente ha potere sul Destinatario ($M > D$), in una *preghiera* è l'opposto ($M < D$), in un *consiglio* M si pone (anche se magari non è) sullo stesso piano di D ($M = D$);

5. il TIPO DI INCONTRO SOCIALE: il livello di formalità della relazione fra M e D e il tipo di scopi, strumentali o affettivi, nel loro rapporto comunicativo: che differenzia *dire* da *far presente*, *scusare* da *perdonare*;
6. lo STATO AFFETTIVO del Mittente: in un *ordine perentorio* M prova, almeno potenzialmente, rabbia, nel caso che D non voglia obbedire; in una *supplica*, prova tristezza, nel caso D non volesse fare ciò che gli chiede.
7. la VALUTAZIONE, positiva o negativa, di M su D o sull'evento o azione menzionati: la *lode* comunica una valutazione positiva, la *critica* negativa di D o di ciò che ha fatto.

Non tutti i parametri sono rappresentati in tutti i performativi: l'unico sempre presente è il tipo di scopo, ma degli altri alcuni sono rilevanti all'interno di un tipo di scopo (ad esempio, fra gli atti di richiesta), altri in un altro tipo (poniamo, fra gli atti di informazione).

Vediamo quali performativi questi parametri distinguono (Tab.1).

Tipo di scopo. Il parametro fondamentale per distinguere i performativi è il TIPO DI SCOPO.

Tutta la comunicazione ha uno scopo di influenzamento, quindi ogni atto comunicativo, anche non compiuto con le parole, è una richiesta di azione. Perciò gli atti comunicativi si distinguono per il tipo di azione che chiedono all'altro di compiere. Fra le varie tipologie di performativi proposte (es. Austin 1962; Searle 1969; 1975) quella che propongo distingue quattro tipi di scopo degli atti comunicativi: 1. Richiesta, 2. Domanda, 3. Informazione, 4. Ottativo. Con una *richiesta* chiedo all'Interlocutore di compiere un'azione (performativi come *chiedere*, *ordinare*, *consigliare*, *supplicare*); con una *domanda*, chiedo di darmi un'informazione (*domandare*, *chiedere*); con un'*informazione*, di credere a ciò che dico (*affermare*, *sostenere*, *obiettare*, *ricordare*); con un *ottativo*, o "espressione di desiderio" non mi rivolgo direttamente a un interlocutore specifico, ma esprimo un desiderio facendo appello a un'entità esterna, il fato o una divinità, auspicando che avvenga qualcosa di bene o di male a me al mio interlocutore o ad altri (es. una frase introdotta da "*magari*", un *augurio*, una *maledizione*).

Nelle frasi, ossia negli atti comunicativi verbali, il tipo di scopo si distingue perché "tipi di frasi" diverse sono distinte da "marcatori" linguistici, nel parlato morfologia, sintassi o intonazione, nello scritto la punteggiatura.

In genere, una richiesta è espressa da una frase imperativa, cioè col verbo al modo imperativo:

(7) *Mangia la pappa*

(8) *Compra quel giocattolo*

un'informazione, da una frase dichiarativa, col verbo all'indicativo (marcatore morfologico) e intonazione discendente (marcatore fonologico)

(9) *Angela è tornata presto*

una domanda si distingue dall'informazione solo per l'intonazione ascendente e infine sospesa, quando è pronunciata, e per il punto interrogativo (un marcatore grafico) nello scritto.

(10) *Angela è tornata presto?*

Un atto ottativo è espresso in genere dal congiuntivo (marcatore morfologico) eventualmente con l'aggiunta di espressioni come "*voglia il cielo che...*" o "*magari...*".

(11) *Che ti possano cadere tutti i denti*

All'interno di questi quattro generali TIPI DI SCOPO (di far fare, far sapere, chiedere informazione, esprimere desiderio), innumerevoli performativi specifici si distinguono in base

agli altri parametri. Negli atti di richiesta, che differenza c'è fra ordinare, proporre, consigliare, implorare? Nelle informazioni, tra asserire e suggerire? nelle domande, fra chiedere e interrogare, e negli ottativi tra augurare e maledire?

Cui prodest? Un parametro distintivo all'interno di richieste e informazioni è NELL'INTERESSE DI CHI sia l'azione richiesta o l'informazione fornita. Prendiamo due diversi performativi di richiesta, ordine e consiglio

(12) *Portami l'ombrello che devo uscire.*

(13) *Prendi l'ombrello quando esci.*

Nel primo caso, lo scopo (per la precisione, l'interesse) di non bagnarsi è del Mittente, nel secondo è del Destinatario (infatti il consiglio (Cap.17) è un atto altruistico).

Diremo quindi che rispetto al parametro: "INTERESSE DI CHI", un *ordine* assume il valore AZIONE NELL'INTERESSE DEL MITTENTE, un *consiglio* il valore AZIONE NELL'INTERESSE DEL DESTINATARIO. Anche nel Tipo di scopo Informativo troviamo questa differenza: in *avvertire*, diversamente che in *dire*, l'informazione che si dà è nell'interesse del Destinatario: lo si informa perché è importante per lui sapere quella cosa, ad esempio per prevenire un danno: qui il valore attribuito al parametro INTERESSE sarà INFORMAZIONE NELL'INTERESSE DEL DESTINATARIO.

Grado di certezza. Un'importante differenza fra i performativi d'informazione è il grado di certezza con cui il Mittente assume l'informazione C che sta comunicando al Destinatario. Il parametro CERTEZZA

distingue, per esempio, *sostenere* da *suggerire*: in *sostenere* il valore assunto è MITTENTE CERTO DI C, in *suggerire* è MITTENTE INCERTO SU C.

Rapporto di potere. Un'altra distinzione tra gli atti comunicativi con scopo di richiesta, rilevante se confrontiamo ordini, consigli e suppliche, è la relazione di potere fra Mittente e Destinatario. In un *ordine*, M reputa di avere potere su D, fa appello a questo rapporto sbilanciato e intende trarne vantaggio: in caso D non ottemperasse alla richiesta, M si sente in diritto di attuare una punizione o una ritorsione. In una *supplica*, al contrario, M riconosce il potere di D su di lui; e in un *consiglio*, anche se avesse un potere su D, M comunque non intende trarne vantaggio: lo tratta da pari a pari, lasciandolo libero di compiere o meno l'azione consigliata.

Il parametro "rapporto di potere fra M e D" ha tre valori possibili:

M > D (M ha potere su D)	ordine
M < D (D ha potere su (o ha più potere di) M)	supplica
M = D (M ha potere uguale a D)	consiglio

Tipo di interazione sociale. Come mostrano gli studi di sociolinguistica, quando siamo in un rapporto di familiarità con il nostro interlocutore (es. un amico o un parente) usiamo un linguaggio diverso rispetto a quando intratteniamo solo rapporti di servizio (con l'impiegato allo sportello o con l'insegnante di mia figlia): un'altra differenza fra i performativi è dunque il livello di formalità della relazione con l'Interlocutore, o più in generale il tipo di relazione sociale che abbiamo con lui, se dominata più da scopi affettivi o da scopi strumentali. Così, *informare* è più formale di *dire*, *perdonare* di *scusare*, *chiedere* è meno paludato di *interrogare*.

Stato emotivo. Molti performativi contengono credenze su stati emotivi effettivi o potenziali del Mittente, cioè comprendono nel loro significato un'emozione di rabbia, tristezza, preoccupazione, sorpresa o ammirazione. La rabbia è contenuta, ad esempio, nel performativo di *ordine perentorio*: se mi pongo così nei confronti del mio interlocutore gli faccio capire che, nel caso lui non ottemperasse alla mia richiesta, mi arrabberei. Nell'*implorare* e nel *supplicare*, al contrario, è compresa un'emozione di tristezza del Mittente. Poiché si sente in posizione di dipendenza da D, M, conscio della propria impotenza, chiede a D un'azione che è nel proprio interesse, e che in prima persona non sarebbe in grado di realizzare; ma compiere tale azione sarebbe una decisione altruistica del tutto libera di D per cui, se D rifiutasse, vedendo irrimediabilmente compromesso il proprio scopo, M proverebbe tristezza.

Valutazione. Nelle informazioni valutative e nelle espressioni di desiderio, un parametro molto importante è la valutazione, positiva o negativa, dell'azione o evento menzionato o evocato.

Fra i performativi ottativi, un *augurio* è un'espressione di desiderio che accada al Destinatario un evento per lui positivo, una *maledizione* esprime il desiderio che gli accada un evento negativo.

Tra le informazioni, *lamentarsi* è un performativo con cui il Mittente esprime una valutazione negativa di un evento occorsogli; *approvare* è un'informazione su una propria valutazione positiva di un'azione o un'opinione altrui. *Criticare* e *rimproverare* esprimono una valutazione negativa, rispettivamente, dell'azione o della persona che l'ha compiuta. *Lodare* esprime una valutazione positiva di un'azione del Destinatario o di lui o lei come persona, e rispetto al parametro "stato emotivo" contiene un'emozione di gioia, ma anche di sorpresa e di ammirazione per il modo particolarmente positivo in cui il Destinatario ha compiuto quell'azione. (Tab.1).

Tabella 1
I parametri del performativo

Performativo	TIPO DI SCOPO	INTERESSE	GRADO DI CERTEZZA	RAPPORTO DI POTERE	INTERAZIONE SOCIALE	STATO EMOTIVO	VALUTAZIONE
Ordine perentorio	Richiesta d'azione	di M	Alto	M > D	formale	rabbia	
Consiglio	Richiesta d'azione	di D	medio	M = D	informale	Empatia x D	Az. Positiva
Supplica	Richiesta d'azione	di M	Alto	M < D	formale	tristezza	
Proposta	Richiesta d'azione	di M e D	medio	M = D	Formale		
Suggerimento	Richiesta d'azione	di (M e) D	basso	M < D	Informale		

Avviso	Informazio ne	di D	alto	M = D	Formale	Preoccupa -zione x D	
Lode	Informazio ne	di D	alto	M > D	Formale	ammirazio ne	D positivo

Come si vede nella Tab. 1, non tutti i parametri sono salienti in tutti i performativi: alcuni sono irrilevanti o silenti in una classe di performativi e salienti in un'altra. Solo l'informazione sul tipo di scopo dell'atto comunicativo è sempre presente; delle altre, alcune distinguono specialmente le richieste, altre le informazioni ecc.

Ma da cosa traspaiono queste credenze? quali segnali o aspetti o parti di segnali veicolano questi elementi di significato che distinguono un performativo dall'altro?

3. I marcatori del performativo

Vediamo quali sono i marcatori del performativo, gli strumenti verbali e corporei che esprimono l'intenzione comunicativa specifica di un atto comunicativo. Un marcatore del performativo è un segnale semplice o complesso (es. una sola parola o un'intera costruzione sintattica) che esprime quale atto comunicativo si sta compiendo, ma lo compie proprio esprimendolo.

Parole performative. Il più classico marcatore del performativo è una parola nella frase: il **verbo performativo**. Nella frase

(14) *Ti prometto che verrò,*

il verbo "*prometto*" non DESCRIVE l'azione comunicativa compiuta, ma la FA: dire "*ti prometto che verrò*" è una *promessa*; così come dire

(15) *Vi auguro di passare una bellissima estate*

è un *augurio*. Se invece dico:

(16) *Ora torno a casa,*

il verbo *torno* è una semplice descrizione verbale di ciò che faccio (o sto per fare), ma NON E' l'azione di tornare. Un **verbo performativo** quindi è un verbo che esprime l'azione che sta compiendo, e con l'esprimerla la compie.

Ma per compiere l'azione che dice, il verbo deve essere "usato performativamente", cioè coniugato alla prima persona del presente indicativo attivo:

(17) *Vi prego di fare silenzio,*

o alla terza persona plurale del presente indicativo passivo

(18) *I genitori sono pregati di ritirare i bambini entro le 16,*

o in forma impersonale

(19) *Si avvisa la gentile clientela che il locale riapre alle ore 19.*

Negli altri casi, il verbo è usato non per FARE un'azione comunicativa, ma per descriverla, per riportarla. Nel verbale di una riunione scriverò:

(20) *"Tizio ha sostenuto che....; Caio ha obiettato che....; Sempronio gli ha chiesto se...; Venanzio ha ricordato all'assemblea che..."*

I verbi usati in queste frasi sono tutti verbi performativi, ma qui non sono usati performativamente.

A volte, il performativo è espresso dopo la frase, non da un verbo ma da una nominalizzazione, cioè un nome che corrisponde a un verbo.

(21) Domani vengo da te. E' una *promessa*.

Qui di nuovo è proprio il parlante che ha compiuto quell'atto comunicativo, tuttavia non lo esprime all'interno dell'atto stesso ma subito dopo.

I verbi performativi sono un sottoinsieme dei "verbi di dire"; ma non tutti i verbi di dire sono performativi: non sono tali, ad esempio, verbi come *sussurrare* o *chiacchierare*, mentre lo sono *dichiarare*, *aggiungere*, *accennare*, *benedire*, *sconsigliare*, *salutare*. Non sono performativi, secondo la definizione data, neanche verbi "di pensiero" (Vendler, 1976) come *pensare*, *supporre*, *diagnosticare*, che menzionano un atto mentale interno alla persona, non la sua esternazione ad altri: se dico

(22) *Suppongo che Mario sia già tornato*

sto riportando un mio pensiero, ma dire *suppongo* non costituisce l'azione di supporre; mentre dire *affermo* costituisce un'affermazione, e dire *sostengo* costituisce l'atto di comunicare ad altri che si pensa fermamente una certa cosa.

Un altro marcatore esplicito del performativo sono le *formule* performative: espressioni linguistiche, in genere nomi come

(23) *Rigore*

(24) *set*

(25) *scacco matto*

che per il solo fatto di essere pronunciate decretano uno stato di cose in base a convenzioni socialmente statuite.

Molte espressioni di questo tipo sono formule 'rituali' in cui, come diceva Austin, "il dire è fare": in virtù di particolari convenzioni giuridiche determinano un cambiamento rilevante nello stato del mondo e nella vita delle persone. E però hanno quel particolare valore solo in specifici contesti istituzionalmente codificati: come quando la madrina di un varo proclama

(26) *Battezzo questa nave Libertà*

O il giudice in tribunale dice

(27) *L'imputato è condannato a tre anni di reclusione,*

o quando dicendo un "sì" legghi la tua vita a un coniuge.

L'intonazione. Austin sosteneva che il performativo è esplicito solo quando è espresso da un verbo performativo; possiamo dire invece che il performativo è sempre esplicitato, in un modo o nell'altro; se no non sarebbe chiaro al nostro interlocutore cosa veramente vogliamo da lui. Il segnale più chiaro e più usato è l'intonazione della frase.

In termini fisici l'intonazione è la variazione della frequenza fondamentale (F0) della voce umana quando produce suoni: quando parli, proprio come quando canti, il tono della tua voce passa da note alte a note più basse; la sequenza di questi toni diversi si chiama **melodia** o **contorno intonativo**.

Su una frase, oltre a informare sulle emozioni del Mittente (come sarà diversa la frase "*ha vinto la Lazio!*" pronunciata da un laziale o da un romanista!) e sulla segmentazione sintattica della frase (quando finisce un sintagma o comincia una frase parentetica), l'intonazione informa sul performativo. In tutte le lingue c'è una differenza melodica tra frasi informative, richiestive e interrogative, spesso anche fra diversi tipi di domande o di informazioni: perché si combinano in diversi modi un piccolo numero di contorni: ascendente, discendente, piatto. Ad esempio (Alfano, Savy 2010), in italiano le "domande generiche", come

(28) *E la posizione del piede?*

hanno una melodia ascendente. Quelle “aperte”, come

(29) *Quante zampe ha la gallina?*

e le domande sì/no, come

(30) *La gallina ha gli artigli sulle zampe?*

hanno invece una melodia ascendente–discendente di maggiore o minore escursione. E le richieste di conferma

(31) *La gallina ha due zampe, no?*

hanno un contorno intonativo piatto – discendente.

Gesti performativi. Alla categoria delle “formule” appartengono anche gesti come quello che decreta un “break” nella partita di pallavolo, o quello di uno dei secondi del pugile, che durante l’incontro di pugilato getta la spugna in segno di resa. O la *consegna della campanella* che in Italia decreta il passaggio dal vecchio al nuovo Presidente del Consiglio uscente.







Facce performative. Anche l’espressione facciale che accompagna la frase è un potente segnalatore del suo performativo (Poggi, Pelachaud 2000 a; b; Domaneschi, Passarelli, Chiorri 2017).

Abbiamo visto che nel significato del performativo elementi semantici diversi (i valori nei parametri), combinati in vario modo permettono di costruire molti diversi performativi. Ma anche nell’espressione del viso possiamo individuare elementi ricorrenti che si possono variamente combinare: posizione del capo (*eretto, inclinato...*), movimenti della bocca (*angoli delle labbra alzati* come nel sorriso, o *abbassati* come in una smorfia di disgusto), tratti degli occhi (*direzione dello sguardo, innalzamenti e aggrottamenti delle sopracciglia...*). Queste azioni espressive della faccia diversamente combinate esprimono performativi diversi. E a volte, un certo elemento di significato è espresso abbastanza sistematicamente da un particolare elemento del segnale facciale.

Per quanto riguarda lo SCOPO, un segnale comune a tutti i performativi di *richiesta* è lo sguardo verso l’interlocutore. La RELAZIONE DI POTERE in genere è espressa da un’inclinazione laterale del capo per la sottomissione della supplica (Costa et al. 2001), e dal capo eretto col mento sollevato (tipo Mussolini) per la dominanza dell’ordine. Il fatto che l’azione sia nell’INTERESSE del Destinatario, ad esempio nei performativi di *avvisare, suggerire* e *avvertire*, in genere è segnalato dal *capo lievemente proteso in avanti*. In molti performativi lo STATO AFFETTIVO è segnalato dall’espressione facciale tipica di quell’emozione: nell’*ordine perentorio* la rabbia potenziale del Mittente è espressa dall’*aggrottamento di sopracciglia*; nella *supplica*, la tristezza si esprime con le *sopracciglia oblique*. La faccia di *avvertimento* comprende un’espressione di preoccupazione, con *rughe verticali sulla fronte* prodotte dall’*aggrottamento delle sopracciglia*; quella del *suggerimento* contiene l’espressione di incertezza delle *sopracciglia un po’ sollevate*, nell’*approvazione* c’è un *sorriso* di contentezza e nella *lode* le *sopracciglia* sono *sollevate* per la sorpresa e l’ammirazione (Tabella 1).

Tabella 2
Facce performative

	Testa	SIGNIFICA TO	OCCHI	SIGNIFICA TO	Bocca	SIGNIFICA TO	
--	-------	-----------------	-------	-----------------	-------	-----------------	--

Ordine perentorio	<i>Capo eretto, mento sollevato</i>	Ho potere su di te	<i>Sopracciglia aggrottate</i>	Provo rabbia, sono severo			
Supplica	<i>Capo inclinato da una parte</i>	Ho meno potere di te	<i>Sopracciglia oblique</i>	Sono triste			
Suggerimento	<i>Capo un po' inclinato in avanti</i>	E' nel tuo interesse	<i>Sopracciglia lievemente sollevate</i>	Sono un po' incerto			
Avvertimento	<i>Capo proteso in avanti</i>	E' nel tuo interesse	<i>Sopracciglia alzate, occhi molto aperti</i>	Chiedo attenzione: è importante			
Approvazione	<i>Capo si muove su e giù, annuisce</i>	Accetto	<i>Sopracciglia lievemente aggrottate</i>	Sono serio nel mio approvare	<i>Angoli alzati, sorriso</i>	Sono contento	
Lode	<i>Capo si muove su e giù, annuisce</i>	Approvo	<i>Sopracciglia alzate, occhi molto aperti</i>	Sono sorpreso, ammirato	<i>Angoli alzati, sorriso</i>	Sono ben disposto verso di te	

(Tratto da: Poggi I: Le parole del corpo. Carocci, Roma)

Capitolo 6

La forza del non detto

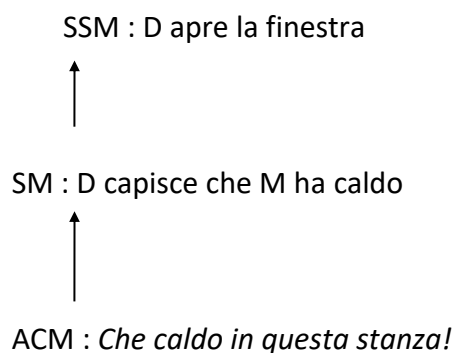
1. L'atto comunicativo e i suoi sovrascopi.

Stai parlando con una tua amica e lei a un certo punto dice: “*Che caldo in questa stanza!*”. Tu che fai? Probabilmente apri una finestra o spegni la caldaia. Eppure lei non ti ha chiesto di fare nessuna di queste cose. O meglio: non te l’ha chiesto *esplicitamente*, ma quella richiesta era *implicita* nella sua esclamazione. Ma il linguaggio è solo una punta, una puntina infinitesima, di un grande iceberg che è la nostra comunicazione: ciò che noi vogliamo comunicare – e ciò che gli altri in genere capiscono – è molto più di quel che diciamo esplicitamente.

Se comunicare è una forma di azione, valgono nella comunicazione le stesse regole dell’azione. E se un’azione ha necessariamente uno scopo, ma questo può essere a sua volta mezzo per un sovrascopo, anche una frase o un altro atto comunicativo, oltre al suo scopo, può avere un sovrascopo. Se vedo che hai portato la scala vicino al melo, posso immaginare che tu voglia cogliere delle mele. Lo scopo della tua azione è autoevidente, vuoi appoggiare la scala al melo; ma finché non ti vedo salire e cogliere le mele, il sovrascopo posso soltanto inferirlo. Il **sovrascopo** di un’azione è uno scopo per cui lo scopo dell’azione è un mezzo, ma per definizione può essere solo inferito (Castelfranchi, Parisi 1980; Parisi et al. 1979; Poggi, Conte, Parisi 1979).

Lo stesso accade per gli atti comunicativi: se lei osserva che fa caldo, tu puoi inferire che non vuole solo che tu riconosca che fa caldo, vuole chiederti di aprire la finestra; ma lei non ti ha chiesto di aprire la finestra, sei tu che lo devi capire, e lo devi capire perché lei ha lo scopo che tu lo capisca, ma ha anche lo scopo di non chiedertelo esplicitamente.

Figura 1. Frase con sovrascopo



Come abbiamo detto, ogni atto comunicativo comprende un performativo e un contenuto proposizionale, che costituiscono il suo significato; e il significato dell’atto comunicativo è il suo scopo, ossia ciò che con quell’atto il Mittente vuole dal Destinatario: che compia l’azione, dia l’informazione, prenda atto dell’informazione o del desiderio esplicitati dal contenuto proposizionale. Tutto questo è il **significato letterale**, o **scopo letterale** dell’atto comunicativo, che è comunicato esplicitamente dal significato dei segnali usati – gesti, facce, posture – o dalle parole usate e dalla loro costruzione sintattica. Ma oltre a tale scopo letterale l’atto comunicativo può avere un **sovrascopo**, uno scopo ulteriore per cui quello

letterale è solo un mezzo; e il sovrascopo è uno scopo gerarchicamente sovraordinato allo scopo letterale, quello che lo ha determinato: è proprio quello il *vero* scopo del Mittente.

Il **sovrascopo di una frase** o altro atto comunicativo, anche solo corporeo, è dunque uno scopo che il Mittente ha, ma che per definizione non intende comunicare esplicitamente, o perché la sua comunicazione gli impedirebbe di raggiungerlo, o perché vuole raggiungerlo, ma vuole che il Destinatario lo capisca da sé, solo per via inferenziale.

Chiameremo allora *scopo*, *significato letterale* o *significato diretto* di un atto comunicativo (verbale, gestuale, facciale, grafico o altro) quello che si può desumere dal lessico e dalla sintassi se è una frase, o dal suo significato condiviso se è un gesto, uno sguardo o altro segnale; e chiameremo **sovrascopo** o **significato indiretto** o **significato implicito** quello che si può inferire dal significato letterale. Il Destinatario può inferire il significato indiretto facendo interagire le credenze comunicate dal significato letterale dell'atto comunicativo con altre credenze tratte dal contesto e dall'enciclopedia, cioè le credenze pregresse condivise col Mittente.

Molto spesso un atto comunicativo ha un sovrascopo, ma a volte noi vogliamo che l'altro lo capisca – per via inferenziale – e a volte no. Il sovrascopo cioè può essere comunicativo o anticomunicativo.

1.1. Sovrascopi comunicativi. Non dico ma voglio far capire

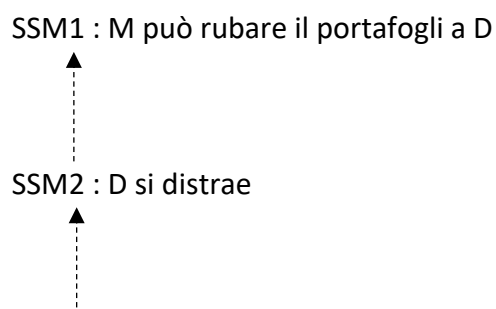
Il **sovrascopo è comunicativo** quando farlo capire al Destinatario è una condizione necessaria per raggiungerlo: come nel caso (1). Se D non capisce che M ha il sovrascopo di chiedere aprire la finestra, probabilmente non la aprirà. Quindi M dicendo quella frase, che di per sé ha uno scopo d'informazione, *vuole* far capire che la sua vera intenzione (il suo sovrascopo) sarebbe una richiesta equivalente alla frase richiestiva *“Per favore apri la finestra”*.

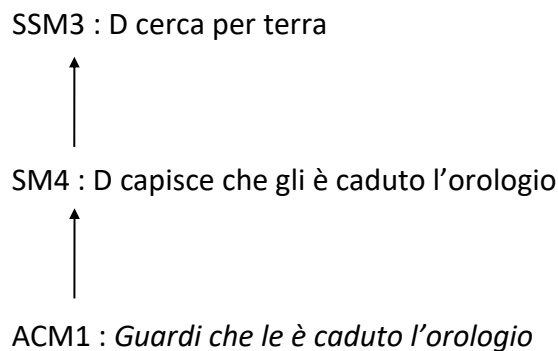
Dunque il sovrascopo è comunicativo quando M, pur non comunicandolo esplicitamente, vuole che D lo capisca, benché solo per via inferenziale, perché se D non lo capisse non farebbe quel M vuole veramente.

1.2. Sovrascopi anti-comunicativi. Non dico e non voglio far capire

In altri casi il sovrascopo dell'atto è **anti-comunicativo**, cioè M ha quel sovrascopo ma non vuole farlo capire a D, perché se D lo comprendesse il sovrascopo non potrebbe essere raggiunto. Se un borseggiatore sull'autobus mi dice *Guardi che le è caduto l'orologio* con il sovrascopo di farmi distrarre e rubarmi il portafogli, la mia comprensione del suo sovrascopo gli impedirebbe di raggiungerlo. Ecco la gerarchia di scopi di M in questo caso:

Figura 2. Il sovrascopo anticomunicativo





Qui la meta del piano del ladro Mittente, poter rubare il portafogli al Destinatario (SSM1), e lo scopo di farlo distrarre (SSM2) sono rappresentati da frecce tratteggiate per indicare che sono sì sovrascopi della frase prodotta (ACM1), *Guardi che le è caduto l'orologio*, ma sovrascopi anticomunicativi.

2. Sovrascopi comunicativi. Il significato indiretto

Quando un atto comunicativo ha un sovrascopo comunicativo, diciamo che ha un “significato indiretto”, perché il sovrascopo non è manifestato esplicitamente dal significato letterale dei segnali usati (il significato dei gesti o facce, o delle parole di una frase e della loro combinazione sintattica) ma il Mittente, pur senza esplicitarlo, vuole anche far capire che vuole che il Destinatario lo capisca facendo le necessarie inferenze.

Il **significato indiretto** può essere idiomatizzato o creativo.

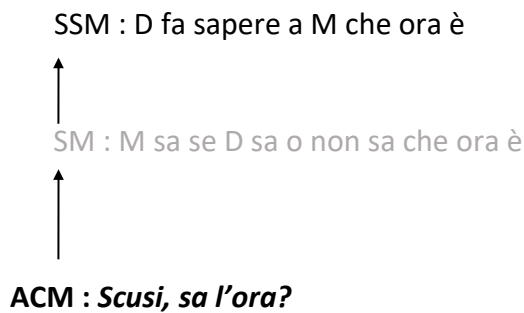
2.1. Sovrascopi idiomatizzati e creativi

Sei per strada, senza orologio e senza cellulare, e vorresti sapere che ora è. Chiedi a un passante: *Scusi, sa l'ora?* Lui risponde *Sì!*, e se ne va per la sua strada. Forse ci rimani un po' male.... Ma perché?

Spesso diciamo una cosa ma ne intendiamo un'altra, e vorremmo che l'altro lo capisse: cioè diciamo una frase ma il significato che vorremmo davvero comunicare è diverso da ciò che la frase significa letteralmente. Eppure in questo caso ciò che volevi dal passante sembra chiarissimo: sì, hai fatto una domanda (se lui sapeva l'ora), ma era evidente che volevi chiedergli un'azione (di dire *a te* che ora è): in quella domanda il sovrascopo di richiesta d'azione è evidentissimo, ne è quasi diventato il significato letterale, il primo che si capisce.

Il sovrascopo di una frase o di un altro atto comunicativo è per definizione sempre diverso dal suo scopo letterale; ma possiamo distinguere “sovrascopi idiomatizzati” e “sovrascopi creativi”. Il **sovrascopo della frase è idiomatizzato** quando le inferenze necessarie per capirlo sono sempre le stesse, in qualche modo “condensate” in un percorso obbligato, cosicché il sovrascopo da capire è sempre lo stesso in qualunque contesto. Nella frase *Puoi passarmi il sale?* lo scopo letterale di domanda “ti chiedo se riesci a passarmi il sale” è ormai offuscato dal sovrascopo di richiesta “passami il sale”; come per *Scusi, sa l'ora?* il sovrascopo – il significato indiretto – di chiedere l'ora è idiomatizzato, è divenuto parte della lingua.

Figura 3. Il sovrascopo idiomatizzato



Il significato letterale si è “offuscato” (come rappresenta il colore grigio nella Fig. 3) e il significato indiretto – il sovrascopo – è il primo ad essere compreso: è diventato ormai, praticamente, il significato letterale di quella frase. Questo spiega il tuo disappunto se il passante burlone non ti dice che ora è. E’ un burlone perché non può non aver capito che tu non volevi semplicemente sapere se lui sapeva l’ora, ma volevi saperla tu!

Parliamo invece di **sovrascopo creativo** quando il Destinatario deve inferire attivamente scopi diversi a seconda dei diversi contesti.

Le inferenze sono sempre basate su credenze condivise da Mittente e Destinatario: possono essere le credenze pregresse “enciclopediche”, quelle che entrambi hanno perché appartengono a una cultura comune o si conoscono da tempo, o quelle “contestuali”, cioè disponibili a entrambi perché desumibili dall’immediato contesto spazio-temporale. Così, se chiedo a una collega *Vai a casa?* e lei sa che abitiamo vicino e che la mia macchina è rotta, capirà che ho il sovrascopo di chiederle un passaggio; se invece in ufficio un computer è rotto e ne abbiamo uno solo in due, potrà capire che voglio sapere se finalmente posso lavorarci io.

Figura 4. Il sovrascopo creativo:

il Destinatario deve inferire sovrascopi diversi in contesti diversi

Contesto 1

La macchina di M è rotta
M e D abitano vicino

SSM : D dà un passaggio a M



SM : D fa sapere a M se
sta andando a casa



ACM : *Vai a casa?*

Contesto 2

M e D hanno un solo computer

SSM : M può usare il computer



SM : D fa sapere a M se
sta andando a casa



ACM : *Vai a casa?*

2.2. Gesti, sguardi e sovrascopi

Anche un atto comunicativo corporeo – un gesto, uno sguardo, una postura – può avere, al di là del suo scopo letterale, uno o più sovrascopi, idiomatizzati o creativi. Il gesto di *alzare le mani*, che letteralmente significa: “ti mostro che le mie mani non impugnano armi”, ha ormai il significato idiomatizzato “Mi arrendo, non mi oppongo a te”, e quell’originario significato è ormai offuscato, non lo sentiamo più. Le *mani giunte*, che come significato letterale hanno uno scopo di preghiera a una divinità, vengono ormai usate per comunicare: “te prego, lascia perdere, ma che dici?": dunque con un sovrascopo (idiomatizzato) di critica o di espressione di bonaria impazienza.

Ma anche i segnali corporei possono avere sovrascopi creativi. Se ti *rivolgo lo sguardo* il mio scopo letterale è chiederti attenzione, ma posso avere sovrascopi diversi: ti chiedo di stare attento per rimproverarti, o per cercare complicità o intesa, o per riferirmi a qualcosa che ti riguarda... In altri casi, poi, un atto comunicativo corporeo che nella vita quotidiana ha in genere un significato, in alcuni contesti particolari si è idiomatizzato con un significato molto specifico: ad esempio, lo sguardo che chiede attenzione, se rivolto dal direttore a una sezione dell’orchestra significa “attaccate ora”.

2.3. Perché usare la comunicazione indiretta? non dire ma far capire

Sono molte le ragioni per parlare in maniera indiretta, cioè far capire cose senza dirle.

1. per *economia*: se invece di dirti “Prendi l’ombrello” ti dico semplicemente “Piove”, tu puoi capire non solo cosa ti chiedo di fare, ma anche la ragione per cui te lo chiedo; ho preso due piccioni (raggiunto due scopi) con una sola fava (una frase sola).
2. per *evitare la responsabilità*: se non dico esplicitamente una cosa la lascio capire all’altro posso negare di averla comunicata. Per questo, ad esempio, seduzione si lanciano frasi o sguardi ambigui, da cui si può inferire un approccio ma anche no; se l’altro non è interessato, posso far finta che non lo ero neanch’io.
3. per *far capire solo a chi può/deve capire* e non ad altri. Poiché per fare le inferenze necessarie l’altro deve condividere certe credenze, solo chi le ha può capire cosa intendo: così posso comunicare a quello ma non a quell’altro. Se invece parlassi in maniera esplicita, capirebbero tutti.
4. a volte si parla in maniera indiretta per *lasciare nel vago*. Questo permette al Destinatario, se vuole, di comprendere ciò che intende il Mittente; ma nei casi in cui preferirebbe non sapere tutta la verità, può essergli gradito porgliela in maniera velata.
5. In ogni cultura alcune aree dell’esperienza sono *tabù*: non se ne può parlare. Farlo indirettamente permette di rispettare i tabù linguistici e *comunicare* su questi ambiti *senza nominare* le cose o fatti soggetti a censura.
6. *cortesia*. La cortesia è un modo di comunicare con l’altro mostrando di rispettare la sua immagine, cioè di comunicargli che gli si attribuisce proprio l’immagine di sé che lui vuole mostrare al mondo. Questo rende più fluidi e gradevoli i rapporti, ed è quindi uno scopo perseguito spesso, magari anche in modo insincero (la cortesia può essere “falsa”). Uno degli scopi in cui si esplica l’essere cortesi è quello di lasciare libero l’altro, anche quando gli si fa una richiesta. Per questo una richiesta cortese è

formulata in maniera indiretta, non col verbo imperativo ma come domanda: “*Mi passi il sale?*” anziché “*Passami il sale?*”; non imponendo in maniera categorica all’altro di fare una cosa, ma chiedendogli se può o se vuole farla, comunque senza dare per certo che la farà, ma lasciando il dubbio, quindi lasciandogli la libertà di farla o meno. *Vuoi passarmi il sale? Puoi passarmi il sale? Mi passeresti il sale?*.

7. poiché parlare in modo indiretto richiede una certa abilità e creatività a volte lo si fa anche per *esibire sottigliezza e acume*.
8. anche da parte del Destinatario, cercare le inferenze giuste per capire il vero scopo di chi parla in modo indiretto richiede un *esercizio di intelligenza*, che può a sua volta essere fonte di piacere. Infatti il caso più tipico di comunicazione indiretta sono le figure retoriche (Cap. 10).

3. Significati impliciti. Dico ma non voglio farlo capire

A volte il Mittente non vuole dire ma vuol far capire all’ascoltatore una certa credenza (sovrascopo comunicativo). Altre volte non vuole far capire la credenza che si potrebbe indovinare da ciò che dice (sovrascopo anticomunicativo).

Ma c’è anche una terza possibilità: M vuole che D capisca una certa credenza, ma senza rendersi conto di “assorbirla”, e fa dunque uso di parole o costruzioni linguistiche in cui quella credenza c’è ma non si vede: è, per così dire, nascosta.

In questo caso parliamo di credenze “implicite” (Domaneschi, Penco 2017; Lombardi Vallauri 2019). Si tratta spesso di casi di inganno (Cap. 9), in cui cioè M ha il sovrascopo che D in realtà venga a credere certe credenze, molto spesso non vere, ma non vuole far capire che gliele vuole far credere. Potremmo parlare di un sovrascopo anti-meta-comunicativo: voglio farti credere, ma non voglio che tu sappia che voglio farti credere. Cioè, il Mittente vuol “far passare” un significato implicito. Il titolo del film di Dino Risi “*Poveri ma belli*” ti fa irresistibilmente pensare che i poveri tendenzialmente sono brutti. Una credenza presente, ma non esplicitata. Come trasportare in un paese straniero un clandestino nascosto nel doppio fondo di un camion: non si sa chi ce l’ha messo ma ormai è arrivato.

3.1. Implicito o indiretto?

Che differenza c’è fra significati impliciti e significati indiretti? Quelle implicite sono credenze che il Destinatario acquisisce senza accorgersene; ma proprio per questo non può operare su di esse quel vaglio di credibilità che in genere applica a tutte le credenze, se solo ha coscienza di averle assunte.

Le credenze che il Mittente comunica indirettamente, se inferite alfine, divengono esplicite e possono essere, per così dire, ‘guardate in faccia’ dal Destinatario, che può quindi anche distanziarsene e porvi un filtro critico; mentre per le credenze implicite nel discorso del Mittente, che il Destinatario ‘assorbe’ ma senza rendersene conto, questo distanziamento critico non è possibile: vengono perciò acquisite, accettate e quindi credute molto più facilmente di quelle esplicite (Lombardi Vallauri 2019). Al punto da diventare un’arma di persuasione manipolatoria, usata spesso specialmente nella comunicazione pubblicitaria e politica.

3.2. Dove si annida l’implicito

Diversamente dal comunicare indiretto, in cui non si dice quel che si vuole far capire, l'implicito è un caso in cui si dice ma senza far capire che si dice. Dobbiamo allora individuare gli aspetti della comunicazione letterale – parole, parti di parole, costruzioni sintattiche, segnali visivi – che veicolano credenze o attivano inferenze implicite, cioè nascoste in quei tipi di segnali.

Presupposizioni. Comunicare implica sempre dare nuove informazioni riguardo a informazioni che l'altro sa già; per questo ogni atto di comunicazione comprende una **parte presupposta** – le credenze precedenti, già condivise fra me e l'altro – e una **parte asserita** – la credenza nuova che gli fornisco. E alla parte presupposta il Destinatario riserva minore attenzione, mentre è particolarmente attento quando arriva la parte asserita. La **presupposizione** è dunque una credenza che diamo per scontata perché è ciò che tutti conosciamo riguardo a un certo argomento.

Sia le parole che le frasi sono portatrici di presupposizioni:

- a. presupposizioni lessicali, portate da particolari parole
- b. presupposizioni del tipo di frase, e
- c. presupposizioni "sintattiche", portate dall'ordine delle parole nella frase.

In tutti e tre i casi, la presupposizione è una credenza che, pur essendo (necessariamente) presente, è oggetto di minor attenzione: passa inosservata.

PRESUPPOSIZIONE LESSICALE. La credenza è 'nascosta' in una parola, perché fa parte dei significati da quella presupposti. In

(1) Franco *ha smesso di* picchiare sua moglie.

il significato del verbo *smettere* comprende una parte presupposta (che A faceva X) e una parte asserita (ora A non fa più X): e quella che il Destinatario capisce più chiaramente e immediatamente, è quella nuova (non fa più l'azione); mentre la parte vecchia (prima la faceva), in un certo senso è passata sotto silenzio.

PRESUPPOSIZIONE DEL TIPO DI FRASE. Il performativo di una frase ha presupposizioni. Ad esempio, una "domanda aperta", come

(2) *Quando hai incontrato Franco?*

dà per scontata – per presupposta – la certezza che l'incontro sia avvenuto. Se in un interrogatorio di polizia un inquirente mi chiedesse

(3) *Quando hai incontrato la vittima?*

è difficile rispondere a questa domanda se siamo innocenti; e per farlo quantomeno dovremmo "negare la presupposizione" di aver incontrato la vittima. Per questo la domanda suona come un'implicita accusa.

PRESUPPOSIZIONE SINTATTICA. Una credenza è "nascosta" in una parte secondaria della frase. In una frase la struttura sintattica assegna all'una o all'altra parte della frase il ruolo di credenza presupposta o asserita.

(4) Tre avvocati milanesi hanno brutte notizie per *il condannato* Renzi

(5) Renzi, sei un cittadino *condannato*

La posizione di un aggettivo dopo il nome, come in (5), dà all'aggettivo un ruolo di credenza asserita, mentre farlo precedere al nome lo lascia lievemente più in ombra.

Evocazioni. A volte le parole o la forma delle frasi non ‘dicono’ esplicitamente, ma ‘evocano’. Definisco **evocazione** il fatto che un certo segnale, grazie a connessioni enciclopediche universali o tipiche di una certa cultura, attivi automaticamente, ma in modo più istintivo che razionale, una certa credenza o rete di credenze presenti nella memoria: ad esempio certe musiche evocano specifiche atmosfere. L’uso di questi segnali, quindi, porta irresistibilmente con sé determinate credenze, ma non in maniera riflessa e ragionata, lasciandole quindi implicite.

EVOCAZIONI PERCETTIVE: una credenza implicita è evocata da un suono o un’immagine. Nelle onomatopee, cioè i suoni di una lingua che ricordano altri suoni e le credenze legate ad essi: i nomi di automobili molto aggressive e performanti (Tempra, Dedra, Croma, Vectra, Sierra) contengono molto spesso il fonema /r/, che ‘evoca’ il rombo di un motore potente; mentre auto familiari e utilitarie rispondono a nomi che contengono consonanti più ‘tranquille’: Clio, Panda, Polo (Lombardi Vallauri 2019).

EVOCAZIONI EMOTIVE. Certi segnali evocano emozioni più che credenze. Le “belle parole” o “parole calde” usate specialmente in prediche o comizi per infiammare gli animi e indurre entusiasmi evocano emozioni perché denotano oggetti o eventi che le provocano. Nomi di partiti come *Italia viva* o *Partito dell’amore*, nomi di leggi come *Decreto spazza-corrotti* utilizzano parole belle per evocare emozioni positive e attrarre più seguaci.

EVOCAZIONI VALUTATIVE. Certe parole e concetti contengono credenze o strutture di credenze valutative di segno positivo o negativo come gli stereotipi. Il titolo “*Poveri ma belli*” fa pensare che uno solo perché è povero debba essere brutto: uno stereotipo, cioè una generalizzazione su cui spesso le persone si basano per fare inferenze veloci, ma non sempre corrette. Quella credenza non è assolutamente esplicitata dalla lettera del titolo, solo che è risvegliata, attivata, dalla congiunzione *ma*. *Ma* è una parola che blocca inferenze perché significa: “Se dalla parte di frase che mi precede (*poveri*) potevi inferire che si parla di persone anche brutte, devi invece bloccare questa inferenza”. Ma il fatto stesso di bloccare un’inferenza vuol dire che questa inferenza era possibile o addirittura canonica, consueta; quindi nel dirti di bloccarla ti costringo a farla. E tuttavia, apparentemente NON te l’ho fatta fare, anzi, l’ho bloccata!

Capitolo 7

La frase

1. Com'è fatta, dentro, una frase?

Fin qui abbiamo parlato delle frasi come azioni comunicative, analizzando la loro funzione. Qui vediamo, della frase, non tanto “a che serve”, quanto “com'è fatta”. Analizziamo la struttura delle frasi di una lingua in base a un modello grammaticale diverso dalla grammatica tradizionale (nome, verbo, soggetto, predicato, complemento): un approccio semanticista, in cui la struttura è determinata dal significato (Parisi, Antinucci 1975; Poggi 1989).

Una frase è un atto comunicativo costituito da un performativo e da un contenuto proposizionale, che costituiscono un ‘pacchetto’ di significati organizzati secondo una certa struttura. Il significato della frase è quindi rappresentato nella mente di un Mittente e un Destinatario come una struttura più o meno complessa di proposizioni, ciascuna fatta da un predicato con i suoi argomenti; e tale struttura è espressa da un lessico e una sintassi, cioè da una serie di parole combinate in un particolare ordine.

2. La frase come struttura predicato – argomenti

Il significato di ogni frase si può rappresentare come una struttura formata da un **predicato** con i suoi **argomenti**. Si definisce predicato una **proprietà** attribuita a un argomento o una **relazione** fra due o più argomenti. Nelle frasi

- (1) Alberto è biondo
- (2) Alberto è un bambino
- (3) La bimba stava dormendo

“Essere biondo”, “essere un bambino”, “dormire” sono dei predicati-proprietà, cioè richiedono un solo argomento: quello a cui la proprietà si attribuisce.

Queste frasi si possono rappresentare così:

(4)



(5)



(6)



In queste frasi, invece

(7) Barbara picchia Alberto

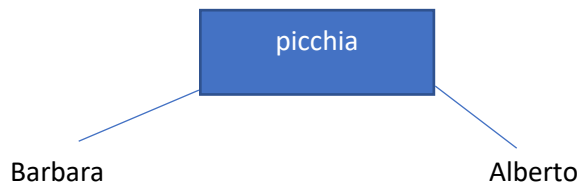
(8) Barbara è la sorella di Alberto

(9) Barbara ha regalato una caramella ad Alberto

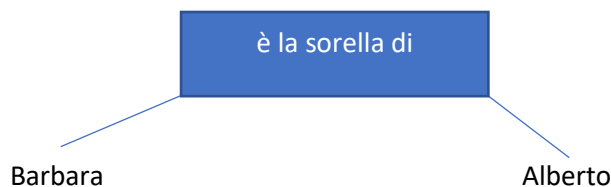
i due argomenti “Barbara” e “Alberto” sono messi in relazione da un predicato. “Picchiare” è una relazione perché richiede due argomenti, chi picchia e chi è picchiato; anche “essere sorella di” è una relazione fra due argomenti, e “regalare” è una relazione fra tre argomenti: chi regala, cosa regala e a chi.

Le frasi (7) – (9) si possono rappresentare così:

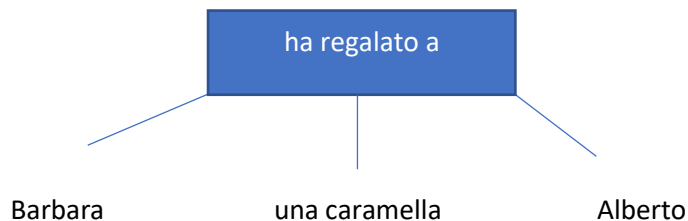
(10)



(11)



(12)



2.1. Il predicato e i suoi argomenti

In questo modello, “predicato” è una nozione logica astratta, una proprietà o una relazione, per cui il predicato di una frase può venire espresso oltre che da un verbo, come in

(13) La ragazza *correva*

(14) Lui la *guardava*

anche da altri tipi di parole, accompagnate dal verbo *essere*. Le proprietà sono espresse da aggettivi:

(15) Io *sono stanca*

o da nomi

(16) Franco *è un medico*

(17) Franco *è ingegnere*

E le relazioni di luogo e di tempo, da preposizioni:

(18) Il cellulare *è sul* libro

(19) Pasqua *è in* aprile

Il predicato, in base al suo significato, pone delle restrizioni sui suoi argomenti. Innanzitutto determina il **numero di argomenti** cui si può attribuire. Non posso dire:

(20) *Barbara ha regalato ad Alberto

perché il predicato “regalare” richiede necessariamente tre argomenti.

Spesso nelle frasi che usiamo quotidianamente, non tutti gli argomenti del predicato sono espressi da nomi, ma a volte da pronomi. Come in

(21) Alberto la incontrò.

A volte un argomento “richiesto” dal predicato può non essere espresso:

(22) Alberto è tornato

Ma ciò non vuol dire che quel predicato non richieda quel particolare numero di argomenti: per *tornare*, chi torna, dove e da dove. Se due argomenti (dove, e da dove) non sono espressi perché si possono recuperare dal contesto o dalle conoscenze condivise, la struttura sottostante li contiene in ogni caso, anche se non sono specificati.

(24)



Oltre a determinare il numero dei suoi argomenti, il predicato ne determina anche la natura. Così posso dire:

(25) Alberto legge un fumetto

Ma non

(26)*Il tavolo legge un fumetto

(27)*Alberto legge la finestra

Il predicato pone delle restrizioni semantiche sui suoi argomenti; il che implica (Cap.8) che si può attribuire solo ad argomenti che sono oggetto di altri specifici predicati. Per il predicato “leggere”, il primo argomento deve essere necessariamente UMANO (cioè gli deve essere attribuito il predicato UMANO), mentre il secondo deve essere un ATTO COMUNICATIVO.

2.2. La ricorsività della struttura

La struttura predicato–argomenti è **ricorsiva**, cioè un argomento può essere a sua volta una struttura predicato – argomenti. In

(28) Alberto disse a Barbara che il bambino dormiva

il predicato-relazione “dice a” richiede tre argomenti: il primo e il terzo sono necessariamente esseri animati e dotati di capacità di comunicazione; il secondo è un evento, che viene comunicato dal primo al terzo argomento della relazione. Ma un evento è a sua volta una struttura predicato – argomenti. Per questo (28) la possiamo rappresentare così:

(29)





Possiamo distinguere dunque due tipi di argomenti: argomenti–cosa e argomenti–fatto. Un **argomento–cosa** può essere una persona, un animale, un oggetto, un luogo, un tempo, mentre un **argomento–fatto** è un evento, qualcosa che accade: cioè a sua volta una proprietà di un argomento o una relazione fra due o più argomenti.

Alcuni predicati si devono attribuire necessariamente a un argomento–fatto: ad esempio, i predicati che esprimono atti di comunicazione, pensieri, emozioni, scopi.

(30) Alberto mi *ha assicurato* che il ministro firmerà il contratto

(31) Il ragazzo *è contento* che la signora sia guarita

(32) Io *vorrei* che lei tornasse

Un tipico esempio di struttura ricorsiva infatti è il discorso indiretto, in cui il parlante riporta un discorso di qualcun altro:

(33) La volpe *disse* che l’uva era acerba

Altri predicati si possono attribuire sia a un argomento–fatto che a un argomento–cosa.

(34) Preferisco *che tu metta il vestito rosso*

(35) Preferisco *il vestito rosso*

La ricorsività della struttura predicato–argomenti nelle frasi di una lingua può svilupparsi, per così dire, verso il basso o verso l’alto.

Si ha ricorsività verso il basso nel caso appena visto: un evento, cioè un argomento–fatto, è oggetto di un predicato, ad esempio un verbo di dire, di emozione o di pensiero. Questo produce una struttura complessa, in cui una struttura predicato–argomenti prende come suo argomento un’altra struttura, che chiamiamo “struttura inserita”. Sono **strutture inserite** le frasi subordinate, sia esplicite che implicite, come.

(36) Arturo spera *che Giovanna torni*

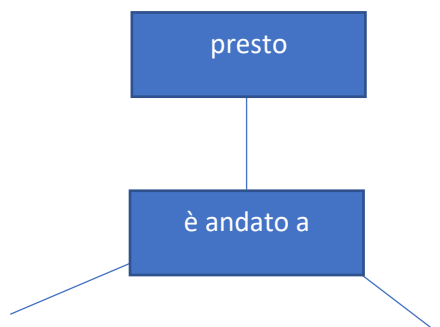
(37) Arturo spera *di tornare*

Si ha ricorsività verso l’alto quando l’intero evento espresso da una frase è a sua volta argomento di un predicato. Ossia: anche di una frase si può predicare una proprietà o una relazione. Il predicato che prende come suoi argomenti una o più strutture predicato–argomenti lo chiamiamo “avverbiale” e può essere espresso da vari tipi di parole. Se dico

(38) Alberto è andato a letto *presto*

attribuisco una proprietà all’andare a letto di Alberto: il fatto che questo evento è avvenuto presto. Qui l’avverbiale è espresso da un avverbio.

(39)



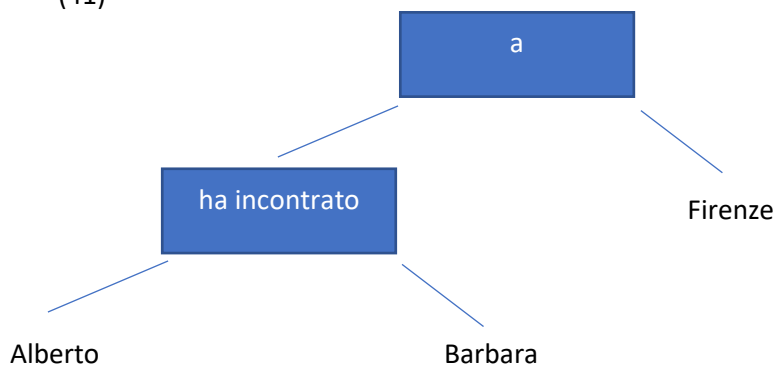
Alberto

letto

In

(40) Alberto ha incontrato Barbara *a* Firenze,
a instaura una relazione spaziale fra un argomento-fatto (l'incontro fra Alberto e Barbara) e un argomento-cosa (Firenze). Qui l'avverbiale è espresso da una preposizione.

(41)

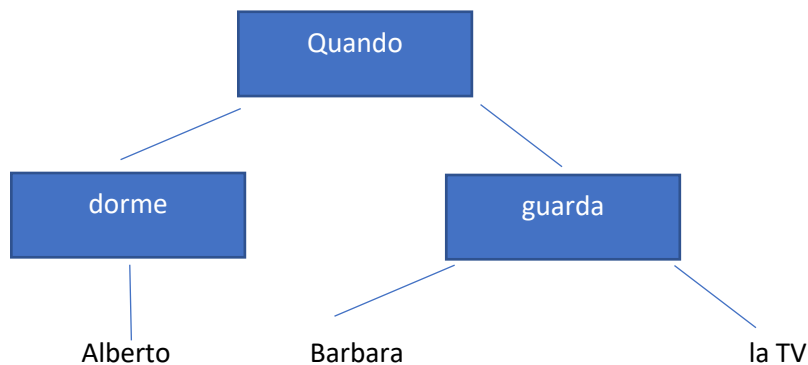


In

(42) *Quando* Barbara guarda la TV, Alberto dorme

quando esprime una relazione temporale tra due frasi (due argomenti-fatto): l'evento che "Alberto dorme" e l'evento che "Barbara guarda la TV"; e il predicato avverbiale è espresso da una congiunzione.

(43)



La ricorsività della struttura predicato-argomenti, per cui una ne contiene un'altra come in un gioco di scatole cinesi, mostra come la lingua utilizzi meccanismi semplici e potenti per costruire strutture anche molto complesse combinando in diverso modo gli stessi semplici elementi.

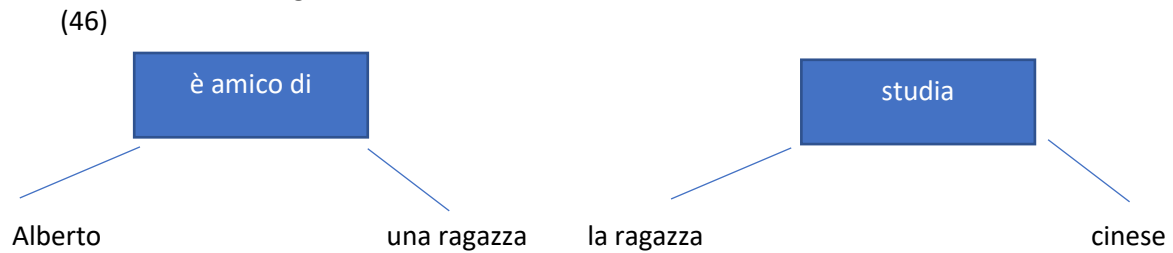
2.3. La coreferenza

Una struttura predicato – argomenti si può ripetere non solo all'interno di un'altra struttura, ma anche accanto ad essa: nella coreferenza due o più strutture si riferiscono allo stesso argomento.

Un caso di struttura coreferente è la frase relativa

(44) Alberto è amico di una ragazza *che studia cinese*
 Che corrisponde a

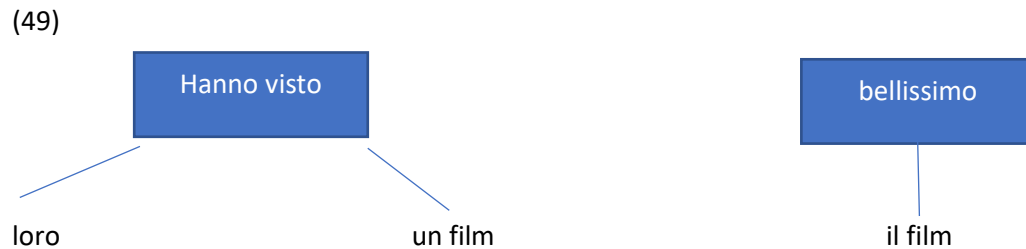
(45) Alberto è amico di una ragazza. La ragazza studia cinese
 Due strutture con un argomento in comune:



Ma abbiamo strutture coreferenti anche con parole singole come aggettivi o nomi, che sono la “condensazione” di una frase relativa.

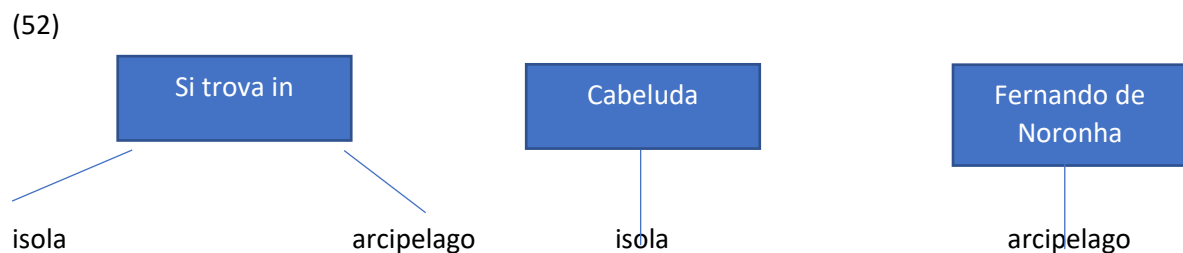
(47) Loro hanno visto un film *bellissimo*
 corrisponde a

(48) Loro hanno visto un film *che è bellissimo*



(50) L'isola di Cabeluda si trova nell'arcipelago *Fernando De Noronha*.
 condensa

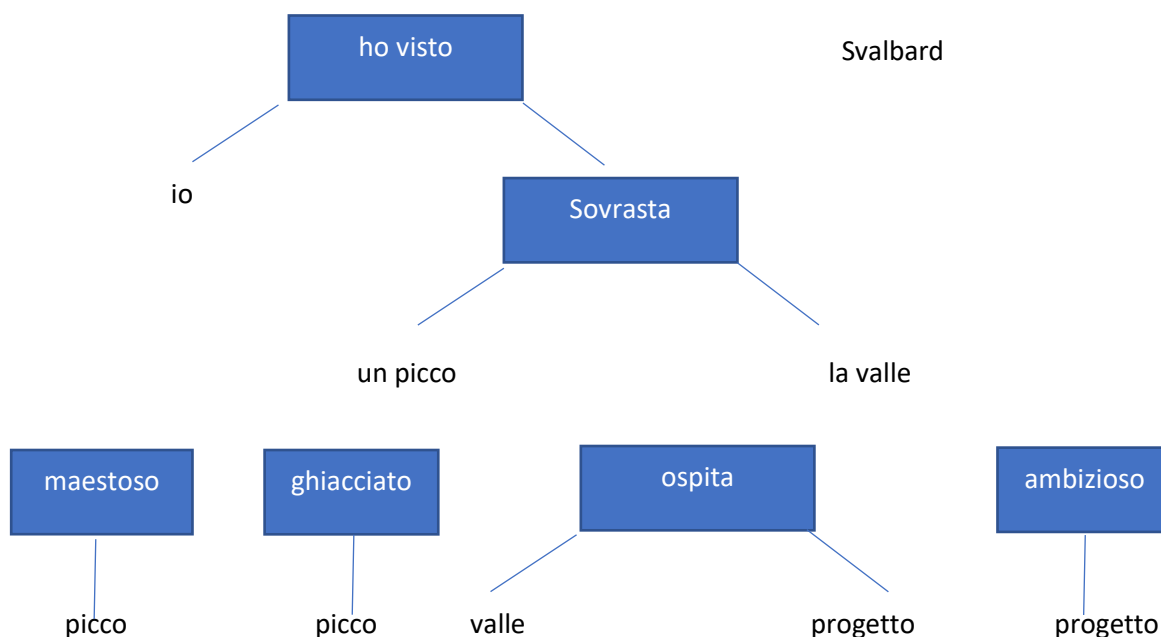
(51) L'isola che si chiama Cabeluda si trova nell'arcipelago che si chiama Fernando De Noronha



Ecco una frase che comprende strutture ricorsive e coreferenti.

(53) Nelle Svalbard, ho visto che un maestoso picco ghiacciato sovrasta la valle che ospita l'ambizioso progetto





Qui vi è ricorsività verso l'alto (l'avverbiale *"in Svalbard"*) e verso il basso (*"vidi che un picco sovrastava la valle"*) e coreferenza (un *"picco maestoso"*, un *"picco ghiacciato"*, una *"valle che ospitava un progetto"*, un *"progetto ambizioso"*).

3. Le parti del discorso

Quella vista fin qui è la struttura semantica della nostre frasi. Questa struttura viene espressa in "classi di parole" diverse, le diverse "parti del discorso", ciascuna delle quali è dedicata a esprimere una parte specifica della struttura, e quindi un particolare tipo di significato. Ecco le funzioni delle parti del discorso distinte dalla grammatica tradizionale: nomi, pronomi, articoli, aggettivi, verbi, preposizioni, congiunzioni, avverbi e interiezioni.

3.1. Nomi, pronomi e articoli

Nomi, pronomi e articoli esprimono gli argomenti di una frase. Hanno la funzione di introdurre nella frase i luoghi, tempi, oggetti, persone o altri essere animati cui il predicato attribuisce proprietà o relazioni.

Un NOME comprende nel suo significato le credenze che servono a far riconoscere uno specifico argomento o una classe di argomenti.

Il **nome proprio** è un'etichetta: permette di identificare un argomento ben preciso, caratterizzato proprio e solo dal chiamarsi in quel modo. Se una frase contiene il nome proprio "Lidia" capisci che ci si riferisce a qualcosa o qualcuno (es. un luogo o una persona) che è caratterizzato solo dalla credenza che si CHIAMA Lidia.

Il **nome comune** invece contiene nel suo significato le credenze definitorie, cioè necessarie e sufficienti a identificare una certa classe di argomenti. Dal nome comune *puledra* capisci che quell'argomento è un MAMMIFERO, CON QUATTRO ZAMPE, EQUINO, GIOVANE, FEMMINA.

Il **pronome** identifica un argomento ma richiamandone solo alcune credenze definitorie generiche: *lui* identifica un argomento cui si attribuiscono le credenze PERSONA e MASCHIO; *io* la "persona che sta pronunciando la frase".

Anche l'articolo esprime queste credenze relative a un argomento, segnalando inoltre se debba essere individuato con precisione e se è già noto all'ascoltatore (articolo determinativo, *il, le* ecc.) oppure no (indeterminativo, *un, uno, dei*).

3.2. Verbi e aggettivi, preposizioni, congiunzioni e avverbi

Verbi e aggettivi esprimono il predicato in una frase e una struttura inserita o coreferente. La **preposizione**, ad es. *a* in

(55) Alberto è *andato a* Roma

contribuisce insieme al verbo ad esprimere un predicato-relazione, cioè a due o più argomenti; per questo è pre-posta all'argomento con cui instaura una relazione. Nella struttura avverbiale invece la preposizione esprime da sola una relazione fra un argomento-fatto e un argomento cosa.

(54) Alberto ha incontrato Barbara *a* Firenze.

L'**avverbio** esprime il predicato di una struttura avverbiale ad un solo argomento-fatto, cioè attribuisce una proprietà all'evento espresso da una frase.

(55) Alberto è andato a letto *presto*

La **congiunzione** esprime invece il predicato di una struttura avverbiale costituita da due argomenti-fatto, quando anche il secondo è espresso da una frase.

(56) Alberto dorme *quando* Barbara guarda la TV

L'**interiezione** infine è un segnale olofrastico: esprime da sola il significato di una frase intera, sia performativo che contenuto proposizionale (Capp. 4 e 11).

Capitolo 8

Le parole

1. Le parole e il loro significato

Conoscere significa acquisire informazioni nuove su oggetti di conoscenza: oggetti già presenti nella nostra mente, ai quali attribuiamo nuovi predicati (nuove proprietà o relazioni) oppure oggetti che ancora non conosceamo, e veniamo a conoscere, cioè a collocare *ex novo* nella memoria proprio grazie al fatto di venirne a sapere proprietà o relazioni (Poggi 1989). Ogni oggetto di conoscenza nella nostra mente (vecchio o nuovo) è un *nodo* in una *rete di credenze*, e ogni *credenza* che abbiamo su di esso è un predicato, cioè una proprietà di quel nodo o una relazione che lo connette con altri; e i significati sono le credenze che abbiamo sui nodi. Avere una credenza significa sapere qualcosa su un nodo della rete: su una o più persone, animali, oggetti, luoghi, tempi o fatti. Ciò che so lo chiamo “predicato”, ciò su cui lo so lo chiamo “nodo”.

Quando la conoscenza ci arriva attraverso la comunicazione, ogni parola è portatrice di una credenza, cioè di un predicato attribuito a uno o più nodi: ogni volta che sentiamo pronunciare o leggiamo una parola, veniamo a conoscere una nuova proprietà o relazione di qualcosa.

Questo ragionamento ci porta a una rappresentazione dei significati diversa da quella vista fin qui. La rappresentazione delle frasi utilizzata nel Cap. 7 distingue due macrocategorie di parole: quelle che esprimono predicati – verbi, aggettivi, avverbi, preposizioni, congiunzioni – e quelle che esprimono argomenti – nomi e pronomi; ma le “parole-predicato” hanno uno status diverso dalle “parole-argomento”, perché le prime ‘cercano’ nodi, le seconde ‘offrono’ nodi. Le parole-argomento infatti, in particolare i nomi, attribuiscono un predicato a un nodo, così da renderlo oggetto di ulteriori predicazioni. Dire

(1) *La sedia è vicino all’armadio*

significa in realtà

(2) Il nodo di cui so che è una sedia è vicino al nodo di cui so che è un armadio

Per questo è la parola-predicato che ‘sceglie’ le parole- argomenti, sia come numero sia come natura semantica.

Ma che cos’è una parola? Nel parlato è una sequenza di suoni (e nello scritto una sequenza di segni grafici) che corrisponde nella mente dei parlanti di una certa lingua a uno specifico significato: un ‘pacchetto’ di credenze di formato proposizionale, cioè una serie di predicati attribuiti a nodi. Ad ogni parola corrisponde, nella tua mente, una serie di credenze: quelle che vieni ad avere quando la capisci (e che espliciti quando devi darne una definizione).

(3)

	X1 OGGETTO
	X1 FATTO DALL’UOMO
<i>sedia</i> <=>	X1 SERVE PER SEDERSI
	X1 HA UN POSTO
	X1 HA 4 ZAMPE
	X1 HA SCHIENALE
	X1 NON HA BRACCIOLI

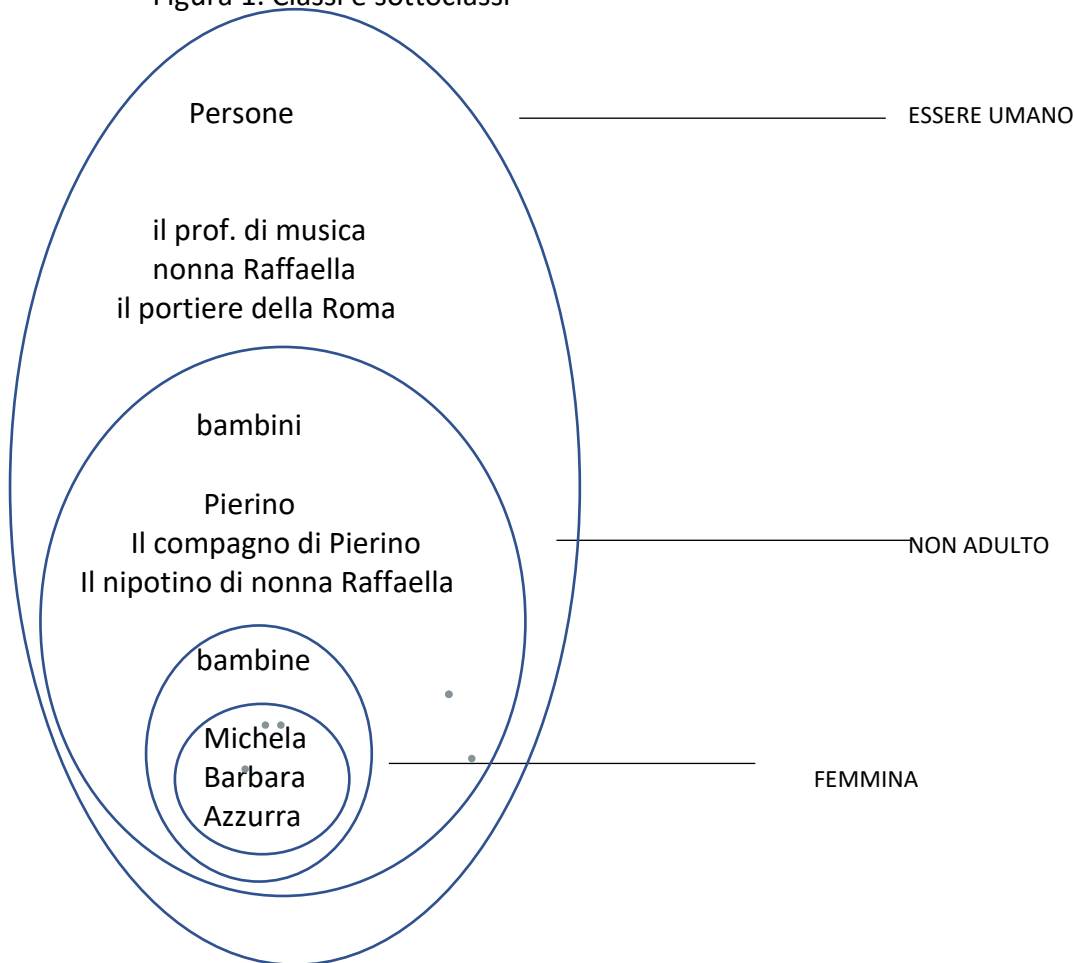
1.1. Tratti semantici

Le credenze che abbiamo sul nodo nominato *sedia* ci permettono di caratterizzarlo classificandolo in base a varie dimensioni: la classe cui appartiene (OGGETTO: non un animale, non un luogo), l'origine (FATTO DALL'UOMO: un artefatto, non esistente in natura), la funzione (SERVE PER SEDERSI), e alcune peculiarità della sua forma (HA UN POSTO, HA 4 ZAMPE, HA UNO SCHIENALE, NON HA BRACCIOLI). Chiamiamo **tratti semantici**, cioè "caratteristiche di significato", queste credenze primitive che permettono di distinguere un nodo da tutti gli altri non caratterizzati dagli stessi tratti. Un *masso* che trovi nel bosco è un OGGETTO e può servire PER SEDERSI, ma non è FATTO DALL'UOMO. Se a un altro nodo si attribuisse la caratteristica NON HA SCHIENALE non sarebbe una *sedia* ma uno *sgabello*, e con il tratto HA BRACCIOLI sarebbe una *poltrona*. Ognuno di questi tratti però si attribuisce a tutta una classe di oggetti (i *sedili*) che con le *sedie* condivide alcuni tratti, ma non tutti: il tratto CON SCHIENALE accomuna *sedie*, *poltrone*, *divani* e *panchine*, mentre SENZA SCHIENALE sono *panche* e *sgabelli*; e l' avere PIÙ DI UN POSTO accomuna *panche* e *divani*.

Il fatto che uno stesso tratto semantico (una stessa credenza) sia presente nel significato attribuito a molti nodi è un elemento di economia del lessico. Anche nel caso delle parole, come per le frasi della lingua, la nostra mente si avvale dell'infinita ricchezza della combinatoria: con un certo numero di elementi combinati in molti modi raggiunge una varietà molto alta di combinazioni.

Tutti i **nomi comuni** in una lingua servono a individuare classi di cose o di fatti. Una **classe** è un insieme astratto di nodi (entità o eventi) che hanno almeno una caratteristica rilevante in comune. Per raggruppare in una classe un certo numero di nodi dobbiamo coglierne le caratteristiche (i tratti) che li rendono più simili a nodi con cui conviene raggrupparli e li distinguono da altri con cui è meglio non confonderli. La classe degli *animali* comprende tutti i nodi caratterizzati dal tratto ANIMALE, cioè pulci, balene, uomini ecc. All'interno di una classe possiamo distinguere sottoclassi ed eventuali sottoclassi, caratterizzate da tratti aggiuntivi. La classe che contiene *uomo*, *donna*, *bambina*, *ragazzo*, *vecchietta* è caratterizzata solo dal tratto ESSERE UMANO, ma la sottoclasse che comprende *bambina* e *ragazzo* è caratterizzata in aggiunta dal tratto NON ADULTO, e la sotto-sottoclasse delle *bambine* è definita dai tratti ESSERE UMANO, NON ADULTO, FEMMINA (Fig.1).

Figura 1. Classi e sottoclassi



1.2. Componenti semantici

Le parole analizzate fin qui (*sedia, ragazzo* ecc.) nella frase esprimono argomenti-cosa: essendo nomi servono a individuare un nodo attribuendovi i tratti che lo caratterizzano, facendolo così appartenere a una certa classe di nodi simili. Ma anche nelle parole che riguardano fatti, qualcosa che accade, possiamo individuare credenze che combinate insieme ne costituiscono il significato: li chiamiamo **componenti semantici**. In

(4) *Andrea dà il libro a Beatrice*

il significato del predicato *dare* comprende alcuni significati più semplici che combinati lo costituiscono: il predicato esprime un CAMBIAMENTO nel luogo con cui COINCIDE l'oggetto dato: il libro è prima con Andrea e poi con Beatrice; chi CAUSA questo cambiamento è Andrea, che lo fa con lo SCOPO di causarlo. Questi predicati presenti nel significato della parola *dare* sono i suoi componenti semantici: CAUSA, SCOPO, CAMBIAMENTO, COINCIDENZA. Dire che "*Andrea dà il libro a Beatrice*" significa

(5) Andrea CAUSA, avendone lo SCOPO, un certo CAMBIAMENTO, il cui risultato è una COINCIDENZA del libro con Beatrice

I componenti, come i tratti semantici, sono predicati primitivi e combinandosi danno luogo a predicati complessi molto più numerosi dei componenti stessi. CAUSA, SCOPO, CAMBIAMENTO, COINCIDENZA si ritrovano in molte parole: *vendere* li contiene tutti, ma vi aggiunge il componente SCAMBIO: chi vende dà una cosa a qualcun altro, ma pretende in cambio un

pagamento; in *prestare* non vi è SCAMBIO ma uno SCOPO che vi sia, in un TEMPO SUCCESSIVO, un CAMBIAMENTO per cui l'oggetto passato di mano torni a chi l'aveva prima. CAUSA e CAMBIAMENTO si ritrovano in molte altre parole: in *imparare* c'è un CAMBIAMENTO da non sapere a sapere, in *insegnare* di questo CAMBIAMENTO è CAUSA qualcun altro. Per chi *muore* c'è un CAMBIAMENTO dall'essere vivo a non esserlo più; e chi *uccide* è chi CAUSA tale CAMBIAMENTO.

1.3. Il bello di tratti e componenti

Dal punto di vista teorico, la scomponibilità delle parole in tratti o componenti semantici permette di rendere conto di alcuni fenomeni importanti e pervasivi della lingua.

Economici e universali. I significati delle parole sono come costruzioni Lego: ogni parola è composta da un piccolo numero di mattoncini, i tratti e i componenti semantici, che ricorrono in molte parole diverse: più primitivi, meno numerosi delle parole quindi fonte di economia cognitiva, e universali. Quando parli una lingua diversa dalla tua spesso ti capita di non trovare una parola esattamente corrispondente a quella che useresti tu: se vuoi parlare di un vestito *celeste* non sai bene come dirlo in inglese, dove un nome per quella particolare sfumatura di colore non c'è. Ma se non c'è la parola, non significa che non ci sia il significato: anche un inglese (non daltonico) distingue tutti i colori dello spettro. E in altri casi l'inglese ha, nella stessa area semantica, più parole dell'italiano: ad esempio, distingue con due parole due significati diversi di *saltare*, *hop*, cioè "alzarsi e ricadere sollevando di scatto i piedi da terra", e *jump*, "superare un ostacolo con un balzo". Ma anche tu sai saltare un ostacolo o saltellare sul posto. Se per la parola straniera non c'è una singola voce lessicale italiana corrispondente, traducendola con le circonlocuzioni appenaviste scomponiamo il suo significato in 'pezzi' (i tratti o componenti), e ne esprimiamo ogni pezzo singolarmente. Probabilmente infatti i componenti e tratti semantici sono universali, solo che ogni lingua ne 'ritaglia' in un suo modo peculiare raggruppamenti diversi, in base agli aspetti del significato più salienti e vitali nella cultura di cui è espressione.

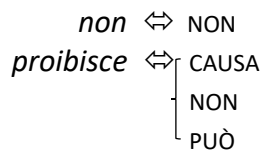
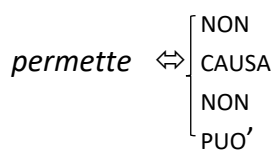
In realtà, tradurre da una lingua all'altra è un processo simile a quello del parafrasare, cioè dire le stesse cose (in una stessa lingua) in un altro modo. Nella parafrasi spesso si usano sinonimi, cioè parole di significato molto simile a quello delle parole di partenza; e questo è utile proprio grazie al fatto che i significati delle parole sono combinazioni di tratti o componenti semantici. Quando uso dei sinonimi per parafrasare una frase, 'spezzo' il significato delle sue parole nei loro componenti e 'ridistribuisco' quei componenti in una o più parole diverse: come se demolissi la mia costruzione di Lego e poi con gli stessi mattoncini ne ricostruissi un'altra diversa, oppure due più piccole.

(6) Il professore *ci permette* di uscire
è una parafrasi di

(7) Il professore *non ci proibisce* di uscire.

Permettere e *non proibire* 'ritagliano' in modo diverso gli stessi componenti. *Permettere* significa "non causare che qualcuno non possa fare qualcosa": una sola parola contiene i componenti NON, CAUSA, NON, PUÒ; *proibire* significa "causare che qualcuno non possa fare qualcosa", cioè contiene, della parola *permettere*, solo i tre componenti CAUSA, NON, PUÒ: quindi la frase con *non proibisce* (7) 'distribuisce' in 2 parole i componenti che (6) condensa in una sola.

(8)



Restrizioni semantiche. La scomponibilità semantica delle parole in tratti o componenti è la chiave per capire la regola della compatibilità semantica fra predicato e argomenti in una frase. Perché non posso dire questa frase?

(6) **Franco ha regalato a Giovanna.*

perché *ha regalato* richiede anche un secondo argomento: cosa è regalato. Questo si spiega con l'analisi in componenti semantici del predicato "regalare": che significa che QUALCUNO CAUSA UN CAMBIAMENTO di proprietà di un OGGETTO da sé stesso a QUALCUN ALTRO ma NON pretende uno SCAMBIO. L'analisi in componenti mostra che i personaggi della vicenda sono chi regala, a chi regala e cosa, e spiega l'inaccettabilità di una frase che non espliciti l'oggetto regalato. Allo stesso modo, l'analisi in tratti e componenti mi spiega l'incompatibilità semantica che rende accettabili queste frasi

(7) *Il motociclista correva per la pianura*

(8) *Il motociclista si arrampicò sul dosso*

e inaccettabile

(9) **Il motociclista si arrampicò per la pianura*

Arrampicarsi richiede nel secondo argomento un tratto RIPIDO che è assente nel significato di *pianura*.

Metafore. Il fatto che le parole siano costituite di tratti o componenti semantici spiega anche un fenomeno pervasivo della comunicazione: la metafora.

La **metafora** è una figura retorica, cioè un modo di usare le parole stravolgendone il significato, cosicché il significato della parola nell'uso retorico è in parte (ma non completamente) diverso da quello dell'uso letterale. Se dico

(10) *Ho un mare di cose da dirti.*

voglio significare più o meno

(11) *Ho moltissime cose da dirti*

Il significato letterale dell'espressione *moltissime* (in questo contesto) equivale al significato metaforico dell'espressione *un mare di*: entrambe significano "una grande quantità di". Ma che differenza c'è fra le due frasi, e perché uno sceglie di usare (10) anziché (11)?

Confrontiamo i tratti semantici che costituiscono il significato letterale di *un mare di* e *moltissime*. *Mare* è una GRANDE QUANTITÀ di ACQUA SALATA IN MOVIMENTO. *Moltissime* vuol dire invece semplicemente una GRANDE QUANTITÀ. Quindi se usiamo *un mare di* al posto di *moltissime* è come se sopprimessimo, cancellassimo una parte dei tratti presenti in *un mare di*, lasciando solo quelli presenti nell'espressione *moltissime*, per rendere però lo stesso significato.

(12)

	Uso letterale	Uso metaforico
<i>un mare</i> ⇔	GRANDE QUANTITÀ	GRANDE QUANTITÀ
	DI ACQUA	
	SALATA	

La metafora si può considerare infatti una cancellazione di tratti semantici (Orletti, Castelfranchi 1975): quando uso una parola in senso metaforico non mi avvalgo di tutti i significati che porta, perché me ne servono solo alcuni. E tuttavia, in aggiunta ai tratti che voglio comunicare, quella parola se ne porta dietro altri: *mare* comprende anche i tratti ACQUA SALATA e IN MOVIMENTO. Chi usa una parola in senso metaforico, dunque, esprime dei significati in più oltre a quelli che vuole comunicare. E perché aggiungere questi significati “intrusi”? Dicendo *un mare di* anziché *moltissime* il parlante vuole evocare certe immagini, richiamare altre credenze che quella distesa d’acqua porta con sé: il mare dà l’idea di qualcosa senza fine, qualcosa di grande, bello, vivo, misterioso. Questi altri significati si trasferiscono così sulle confidenze di cui parla la frase (10); è come se il parlante dicesse, non solo *ho tante cose da dirti*, ma *ho un’infinità di cose da dirti, belle, importanti, misteriose... come il mare*.

2. L’analisi del significato

Da molti secoli filosofi, grammatici, linguisti analizzano il significato delle parole. I lessicografi, poi, scrivono dizionari bilingui e monolingui. Ma come si fa l’analisi del significato? E quali strumenti può usare lo psicologo della comunicazione?

Vediamo a cosa mira l’analisi semantica e quali metodi si possono usare per analizzare i segnali di tutte le modalità, dalle parole alla punteggiatura, dalle intonazioni ai gesti alle espressioni del viso.

2.1. Regole semantiche e norme d’uso

Innanzitutto in ogni sistema di comunicazione (di parole, gesti, segni grafici o altro) possiamo distinguere due tipi di regole: REGOLE SEMANTICHE e regole interazionali, o NORME D’USO.

Questo vale, per le lingue verbali, sia per il lessico che per la sintassi, ma vale anche per i sistemi di comunicazione verbali e corporei. Una **regola semantica** stabilisce la corrispondenza tra segnali e significati, determinando istruzioni come questa:

- (13) se vuoi comunicare il significato “ti saluto”, dì *ciao*

E anche un sistema di comunicazione di gesti o di sguardi può avere regole lessicali, come:

- (14) se vuoi comunicare il significato “ti saluto”, *scuoti la mano, col palmo verso l’interlocutore, da destra a sinistra*

- (15) se vuoi comunicare il significato “ti saluto”, *innalza e abbassa le sopracciglia*
(Eibl-Eibesfeldt 1972)

Oltre alle regole semantiche abbiamo **norme d’uso**, che non stabiliscono *come* comunicare un certo significato, ma *se* un certo significato può, non può, deve o non deve essere comunicato in una certa situazione. Norme del tipo:

- (16) se incontri una persona che conosci, applica la regola per il significato “ti saluto”

- (17) se incontri una persona che non conosci, non applicare la regola per il significato “ti saluto”.

Cioè: un sistema di comunicazione non solo ti dice cosa fare se vuoi comunicare un certo significato, ma dice anche se e quando comunicarlo è prescritto, proibito o permesso. Sono queste le “norme d’uso” dei segnali comunicativi. Le regole di appropriatezza studiate dalla Sociolinguistica.

Questa distinzione è importante perché nei diversi sistemi di comunicazione i due tipi di regole si comportano in modo diverso rispetto alla dicotomia natura-cultura. Ad esempio, l’espressione facciale delle emozioni probabilmente è universale dal punto di vista delle regole semantiche, ma, come è stato ipotizzato dalla teorica neuro-culturale di Paul Ekman, culturalmente determinata quanto alle norme d’uso; mentre nell’espressione verbale delle emozioni, sia regole di significato che norme d’uso variano da cultura a cultura.

Come funzionano queste norme d’uso? Alcune sono molto generali: ad esempio, in certe culture gesticolare è sanzionato, perché i gesti sono considerati un sistema di comunicazione informale, troppo emotivo o “primitivo”, e questo porta a inibire la gestualità in genere. Gli Inglesi tipicamente gesticolano meno dei Napoletani, i loro gesti costituiscono un lessico molto meno numeroso, fanno gesti meno ampi, le forme delle mani che utilizzano sono molte di meno ecc. (Kendon, 2004). Ma oltre a queste norme generali vi sono le norme di tabù e interdizione linguistica (Galli de’ Paratesi 1969; Kita, Essegbey 2001): quelle che proibiscono di usare un segnale comunicativo perché la sua forma o il suo significato sono impuri, osceni o sconvenienti. Da questo punto di vista, sia fra i gesti che fra le parole quelli con significato osceno o insultante (gesti osceni, parolacce, “brutte parole”, Cap.34) saranno più spesso tabuizzati in una cultura “prude” o tradizionalista che in una cultura disinibita.

In sistemi che non usano le parole, tuttavia, la variazione culturale riguarderà più le norme d’uso che le regole semantiche. Un *occhio languido*, uno *sguardo obliquo*, il *guardare dall’alto in basso* o il *guardare fisso negli occhi* probabilmente in tutto il mondo sono prodotti nello stesso modo e hanno lo stesso significato: amore, seduzione, sussiego, sfida; solo che, se in una cultura considerare qualcuno con sufficienza è molto insultante e in un’altra mostrarsi troppo scopertamente innamorati è reputato sconveniente o osceno, in quelle culture quei tipi di sguardo saranno disapprovati e sarà molto più raro vederli: questi tipi di segnali saranno prescritti o sanzionati in una certa cultura, a seconda di quanto essa prescrive o sanziona quei tipi di atteggiamento sociale.

Si può ipotizzare quindi che nelle lingue differiscano sia le regole semantiche che le norme d’uso, e in alcuni sistemi di comunicazione corporei, come lo sguardo o le espressioni facciali, le norme d’uso siano invece culturali, e le regole semantiche in gran parte universali. Sì, ci saranno alcuni sguardi specifici che hanno un significato determinato culturalmente (come la *strizzatina d’occhio* che in Italia, ma non ovunque, significa complicità); ma in buona parte il sistema comunicativo dello sguardo potrebbe essere universale.

Chi lavora alla costruzione di lessici, sia di parole che di segnali corporei, per ogni entrata del lessico deve comunque determinare sia le regole semantiche che le norme d’uso.

2.2. Metodi di analisi del significato

Vediamo ora cinque metodi per analizzare il significato di parole, gesti o altri segnali.

2.2.1. I giudizi del parlante

Il primo è il metodo Chomskiano dei Giudizi del Parlante (Chomsky 1967; Parisi 1979; Castelfranchi, Catapano et al. 1979), basato sull’intuizione linguistica (o più in generale,

l'intuizione comunicativa) del parlante nativo. Secondo Chomsky ogni parlante sa dare, sulle frasi della propria lingua, giudizi di accettabilità, ambiguità e parafrasi.

Giudizi di accettabilità. Di una frase sappiamo dire se sia accettabile, come

(18) *Il professore non ci impedisce di uscire.*

o inaccettabile, come

(19) **Il non uscire professore ci di impedisce.*

(20) **Il professore non ci scende di uscire.*

Giudizi di ambiguità. Di una frase sappiamo se è univoca, cioè ha un solo significato, o se è ambigua, cioè ha due o più significati diversi. (21) è ambigua

(21) *Chi se ne va che male fa*

perché può significare:

(22) *In fondo, che male c'è ad andarsene?*

o, al contrario,

(23) *Quanto male fa all'altro chi se ne va!*

Ma (22) e (23) sono entrambe univoche, ossia ciascuna ha solo uno dei due significati di (21).

Giudizi di parafrasi. Di due frasi possiamo dire se hanno lo stesso significato. Come si è visto,

(24) *Il professore ci permette di uscire*

è parafrasi di

(25) *Il professore non ci proibisce di uscire.*

o di

(26) *il professore ci lascia uscire*

Ma non di

(27) *Il professore ci costringe ad uscire*

Secondo Chomsky è possibile far emergere le sottostanti regole semantiche e sintattiche che governano la costruzione delle frasi di una lingua proprio grazie a queste intuizioni del parlante nativo, che di quelle regole sono il riflesso cosciente. Ma queste intuizioni di accettabilità, ambiguità e sinonimia/parafrasi sono molto utili anche per scavare nel significato di singole entrate lessicali (parole o altri segnali), sia di una lingua verbale che di un sistema di comunicazione corporeo.

Per analizzare il significato di una parola o di un segnale corporeo si danno giudizi di accettabilità (ci si chiede in quali contesti sia accettabile e in quali no), di ambiguità (se abbia più significati, e quali) e di parafrasi (se e quali altre voci di un lessico, della stessa o di altra modalità, hanno lo stesso significato) (Poggi 1983).

Basarsi per l'analisi semantica sui giudizi del parlante è un metodo molto economico, perché la ricerca può essere così condotta da un ricercatore anche sulla base dei suoi soli giudizi, delle proprie intuizioni comunicative; e molto efficiente, perché permette di analizzare aree di lessico molto vaste, e di condurre analisi in profondità, dando infine il quadro della competenza comunicativa di quel ricercatore; comunque rilevante in termini scientifici, perché anche una singola competenza costituisce un sistema coerente di regole comunicative.

2.2.2. Ricerca su corpora

Un altro modo per enucleare il significato di uno specifico segnale è condurre ricerche su corpora di comunicazione. Si raccoglie un corpus di testi o registrazioni audio (per le parole) o di videoregistrazioni (per i segnali visivi come gesti, espressioni facciali, sguardi, posture); si selezionano tutti i casi in cui quel segnale è usato; si cerca di determinare, in base al contesto, quale sia lo specifico significato che quel segnale assume in ogni particolare caso; infine si individua il nucleo di significato – cioè l'insieme di componenti o tratti semantici – che accomuna tutti i significati incontrati (Kendon 1995; 2004; Müller 2004; Brookes 2004). Quando si tratta di un corpus videoregistrato, questa è una ricerca osservativa: per la quale bisogna creare degli schemi di annotazione o griglie che permettano di descrivere e classificare gli eventi osservati (Cap. 38).

2.2.3. Ricerca empirica

Dopo aver analizzato introspettivamente – prendendo se stesso come cavia, per così dire – o aver formulato ipotesi sul significato di un segnale individuato tramite osservazione sistematica su un corpus, il ricercatore può verificare le ipotesi risultanti dalle sue intuizioni o osservazioni con un'indagine empirica, somministrando ai parlanti di un determinato gruppo sociale o culturale interviste o questionari sulle entrate del lessico e sui loro significati (Morris et al. 1979; Serenari 2004). Ad esempio se, sulla base della mia intuizione comunicativa, ho fatto l'ipotesi che *spalancare gli occhi* nel contesto della direzione d'orchestra abbia un significato di richiesta d'attenzione, posso mostrare ai soggetti una foto di questo sguardo e chiedere loro, con una domanda aperta, di esplicitarne in parole il significato, oppure, con una domanda chiusa, quale fra 3 o 4 espressioni verbali è la migliore parafrasi di quello sguardo (Cap.38).

2.2.4. Simulazione su Agenti Artificiali

Un altro modo per verificare l'adeguatezza delle proprie ipotesi sul significato di un determinato segnale è quello di simularlo su un Agente Artificiale. Come è stato mostrato fin dagli albori dell'Intelligenza Artificiale e poi su su nella ricerca in robotica, vita artificiale e così via, la simulazione è un ottimo metodo di verifica di ipotesi empiriche. Ecco il ragionamento sottostante: se io riesco a precisare in maniera rigorosa e formalizzata le mie ipotesi teoriche, al punto di poter riprodurre i comportamenti (segnali comunicativi) su una macchina, e se questa macchina alla fine produce le stesse reazioni (significati) causate da quei comportamenti negli umani, allora le mie ipotesi teoriche sono verificate. In più, la simulazione ha il vantaggio che io posso non soltanto conoscere l'input e l'output del processo, ma vederne in dettaglio i passaggi.

Per questo, la simulazione di comportamenti comunicativi su una macchina – ad esempio in Agenti Virtuali, quelle interfacce utente bi- o tri-dimensionali che riproducono Agenti Umani – permette di dimostrare le ipotesi in maniera più forte che con interviste o questionari. Se le espressioni facciali dell'Agente Virtuale producono nell'osservatore le stesse emozioni e reazioni innescate negli Umani, il significato attribuitogli dall'ipotesi è verificato.

Questi metodi per l'analisi semantica servono specialmente per la ricerca "intensiva", cioè l'analisi di singoli segnali. Ma quando siamo interessati a condurre una ricerca "estensiva", cioè alla costruzione – come vedremo più avanti – di un intero lessico, un intero sistema di comunicazione, possiamo prima utilizzare altri due metodi.

2.2.5. Metodo etnosemantico

Se si adotta un metodo “etnosemantico” (Berlin, Kay 1969; Miceli, Castelfranchi, Parisi 1983; Poggi, D’Errico, 2012) è possibile definire i concetti del senso comune analizzando il modo in cui questi sono distinti e organizzati in una lingua. La lingua è uno specchio della nostra concettualizzazione della realtà, è il modo in cui la nostra cultura ‘ritaglia e impacchetta’ certe aree semantiche, cioè determinati insiemi di tratti o componenti. Così, ad esempio, per trovare i significati di un particolare sguardo o un atto di contatto fisico è molto utile individuare quali sono nella nostra lingua (italiano, inglese, russo) le parole o espressioni che denominano atti comunicativi e non comunicativi dello sguardo o del toccare: espressioni come *occhiataccia*, *guardare di sottocchi*, *ammiccare*, *sguardo di sfida* descrivono tutte degli atti comunicativi che compiamo con gli occhi, e ci permettono così di elencare alcune entrate del lessico dello sguardo (Cap.14). Per poi analizzarne in dettaglio il significato si possono usare i metodi visti sopra.

2.2.6. Metodo deduttivo

Un altro modo per individuare significati è, per così dire, partire dall’alto: adottare una tassonomia generale di significati possibili (come quella del Cap.3) e poi per ogni tipo e sottotipo di significati chiedersi se c’è, nel lessico in questione, un segnale per comunicare proprio quel significato. Ad esempio, posso chiedermi se nel lessico dello sguardo esistono segnali che diano informazioni di back-channel come “sto seguendo” o “non sono d’accordo” e trovo che di fatto si può comunicare che si sta seguendo *chiudendo brevemente le palpebre*, e che non si è d’accordo *aggrottando le sopracciglia*; ma se cerco le stesse informazioni nel lessico dei movimenti del capo, trovo che sono ancora più frequenti e inequivocabili due segnali per quei due significati: rispettivamente, *chinare il capo* e *scrollare il capo*.

2.3. Come si fa

Il primo passo verso l’analisi semantica di un segnale è quasi sempre interrogare i propri giudizi del parlante. Ma come si può enucleare il significato di un segnale e magari rappresentarlo in termini dei suoi tratti o componenti semantici? Ecco i passi necessari:

1. raccogli un certo numero di situazioni, reali o inventate, in cui quel segnale può essere usato. Anche gli “*exempla ficta*” vanno benissimo, perché anche su quelli possiamo esprimere giudizi del parlante. La nostra competenza linguistico/comunicativa è costituita da regole astratte e generali, il che la rende ancora più ricca sia dell’osservazione che della ricerca empirica. La ricerca empirica e l’osservazione ti danno dati reali – e non è detto che ci siano tutti i casi possibili. La competenza, con le relative intuizioni costituite dai giudizi del parlante, non valgono solo sul reale, ma sul possibile – che è molto più vasto!
2. per ogni situazione elencata, scrivi ogni informazione che possa servire all’interpretazione di quel segnale: il contesto fisico e sociale, le ragioni che possono aver indotto il Mittente a produrre quel segnale, cioè le sue credenze e scopi nel produrlo, più altri segnali comunicativi (parole, frasi, espressioni facciali, movimenti del corpo) eventualmente prodotti nello stesso tempo;
3. formula una parafrasi verbale di ciò che quel segnale significa in quella situazione;

4. in base alle parafrasi attribuite al segnale nelle diverse situazioni e alle informazioni sugli scopi e credenze del mittente nel produrlo, puoi ipotizzare qual è il significato del segnale che ricorre in tutte le situazioni date, cioè in sostanza quali sono le regole e restrizioni che ne governano l'uso;
5. per verificare se l'ipotesi è giusta, prova a costruire una situazione in cui quelle regole o restrizioni sono violate, e a usare il segnale in quel contesto. Se in quella situazione risulta inaccettabile, l'ipotesi è plausibile; probabilmente hai trovato le regole e restrizioni giuste per l'uso di quel segnale, e quindi il suo significato;
6. infine prova a usare, nelle stesse situazioni date, altri segnali di significato simile ma non identico a quello analizzato, chiedendoti in quali situazioni i due segnali sarebbero perfettamente intercambiabili e in quali no. Dai così un'analisi semantica differenziale di segnali in parte sinonimi; "è il confronto che convince"! Confrontare un segnale con un altro permette di capirne molto meglio i rispettivi significati.

Esemplifichiamo questo metodo illustrando le analisi semantiche di alcuni segnali del corpo: il gesto della *"mano a tulipano"* e l'innalzamento e l'*"aggrottamento di sopracciglia"*.

2.3.1. La mano a tulipano

Cominciamo da un gesto che è in qualche modo l'emblema della gestualità italiana: quello chiamato variamente *"mano a borsa"* (Poggi, 1983; *hand in purse*, Morris 1977), e più recentemente *"mano a tulipano"* (Poggi 2006), in onore di Carlo Emilio Gadda che così lo chiama in *"Quer pasticciaccio brutto de Via Merulana"*. Il nome in realtà descrive perfettamente la forma che prende la mano, muovendosi su e giù a palmo in alto, con le dita che si toccano sulle punte proprio come i petali di un tulipano (Fig.1 a e b).

Figura 1



1 a



1 b

Questo gesto è in genere parafrasato con frasi come *"Che vuoi?"*, *"Allora?"*, o anche *"Macché!"*. E da queste parafrasi è chiaro che si tratta di un gesto olofrastico, cioè portatore di un'intera frase. Ma è anche chiaro che il gesto è polisemico: ha due significati, uno di

domanda, corrispondente alle prime due parafrasi, l'altro di informazione negativa, corrispondente alla terza.

Ma vediamo dei contesti reali che evidenzino questi diversi significati del gesto.

La prima lettura – di domanda – è quella che il gesto assume in questa situazione:

- (1) Uno studente, sulla porta dell'Università, porge a M un volantino un po' strano. M, prima di prenderlo, si chiede a chi si riferisca il volantino: con aria interrogativa, fa il gesto della *"mano a tulipano"*.

= (parafrasi verbale del gesto) Che volantino è? Che cosa riguarda?

L'altra lettura, non interrogativa, in particolare di commento negativo, si ritrova in questa situazione:

- (2) Roma attorno al 1980, periodo degli anni di piombo: la contestazione studentesca è ancora forte, e così il potere degli studenti. Durante un seminario, lo studente S non è d'accordo con la docente precaria D su una sua ipotesi e, non riuscendo a confutare le argomentazioni di D, che sembrano invece convincere tutti gli altri studenti, osserva: "Beh, ma tu hai il ruolo di una che sta sulla cattedra, quindi quello che dici viene considerato un po' come oro colato...."

D, per tutta risposta, fa il gesto della *"mano a tulipano"*.

= (parafrasi verbale del gesto) Ma che dici?

= (significato indiretto del gesto) Non credo che nessuno oggi prenda per oro colato ciò che dice un docente universitario, e per di più precario. Non è vero quello che dici.

In (1) il gesto ha il significato di una "domanda vera", cioè chi lo fa vuole davvero sapere qualcosa che non sa; in (2) invece il gesto ha il significato di una "pseudo-domanda" (Crisari 1975; qui, Cap. 19): un atto comunicativo il cui significato letterale è una richiesta d'informazione, ma il significato indiretto – inferibile dalla domanda – è avanzare un commento negativo, un'espressione di disaccordo sull'affermazione dell'altro. Non a caso, in (2) il gesto è parafrasato con la frase *"Ma che dici?"*, che apparentemente (come significato letterale) è una domanda, ma in realtà (come significato indiretto) è un'espressione di disaccordo: "Non è vero quello che dici".

La *"mano a tulipano"* è dunque un gesto ambiguo, cioè ha due significati: uno letterale, di domanda, e uno indiretto, di informazione o valutazione negativa, di critica. In queste due situazioni molto diverse, il contesto ci permette di disambiguare il gesto, cioè di capire quale dei due significati sia quello inteso. Ma oltre al contesto, anche segnali concomitanti di altre modalità permettono la disambiguazione. Per individuarli, immaginiamo una situazione in cui non si possa capire dal contesto se si tratti di domanda vera o di "pseudo-domanda" con significato di critica.

- (3) A e B s'incontrano una sera. B, che in genere va vestito molto sportivo e casual, stasera è tutto elegante, ed A, *guardandolo con un lieve sorriso*, fa il gesto della *"mano a tulipano"*.

In questa situazione il gesto appare ambiguo. Se A è davvero incuriosito dall'insolita "mise" di B e gli vuol chiedere a quale mai appuntamento galante sia diretto, il suo gesto è parafrasabile con una domanda vera del tipo: *"Dove vai (così ben vestito)?"*. Ma poniamo che B gli appaia irresistibilmente ridicolo nella sua elegante tenuta: allora il gesto avrebbe il significato di un commento ironico o di una ridicolizzazione, veicolata indirettamente dalla "pseudodomanda"; e il gesto si potrebbe parafrasare così: *"Ma 'ndo vai (così vestito)?"*. Qui, dietro al significato letterale di domanda si sente chiaramente il significato indiretto di bonaria ridicolizzazione, equivalente a un *"Sei proprio buffo, vestito così"*.

Ma se A fa solo il gesto senza parlare, come fa B a capire il vero significato che A gli vuole comunicare? Lo capisce da indizi fisici, nell'espressione facciale e nel modo di esecuzione del gesto, che si accompagnano sistematicamente alle due diverse letture, e caso per caso permettono di capire quale lettura attribuirgli. Nella lettura letterale il gesto è accompagnato da uno sguardo interrogativo, con le *sopracciglia aggrottate* e un'espressione di curiosità; nella lettura indiretta, invece, la bocca si atteggia a un *sorriso asimmetrico*, quindi scettico o ironico, il *capo è leggermente inclinato* da una parte, e in genere non c'è aggrottamento delle sopracciglia né, specialmente, espressione di curiosità. Altri indizi per la disambiguazione vengono dalla modulazione del movimento del gesto: nella lettura letterale, la *mano si muove su e giù molto in fretta*, compiendo un *arco di pochi centimetri*, e *si ferma di scatto* dopo al massimo 2-3 ripetizioni; nella lettura indiretta, invece, la *mano può muoversi su e giù lentamente*, più volte, e per un *tragitto molto lungo*, al limite fino a una *completa flessione ed estensione dell'avambraccio*. La misura dell'allungamento e rallentamento del gesto può essere in rapporto analogico con la misura dell'enfasi con cui A ironizza, ridicolizza o si mostra scettico su affermazioni o azioni di B. Inoltre, il gesto può essere ulteriormente enfatizzato da movimenti aggiuntivi che lo rendono ancor più teatrale: A può *fingere di prendere una cosa che sta davanti a sé chiudendole attorno le dita lentamente*, e *portandosi poi la mano così chiusa vicino al petto per muoverla infine su e giù con movimento ampio, lento e prolungato*. Questo movimento aggiuntivo, che rende il gesto particolarmente divertente per chi lo vede, è usato specialmente a Napoli, e comunica una pseudodomanda ancora più ironica e ridicolizzante: come se chi compie il gesto, con la metafora dell'afferrare un oggetto inesistente, volesse rappresentare la vacuità dell'azione o affermazione dell'altro, dicendo "Cosa mai vai dicendo / facendo?", e così lasciando inferire: "Ciò che dici / fai non è di nessun valore: è così insignificante da essere inesistente, proprio come ciò che fingo di afferrare". Delle due letture della "mano a tulipano", quella indiretta appare molto più frequente di quella letterale, nell'uso quotidiano; per questo, se s'intende il significato letterale è indispensabile usare gli indizi disambiguanti – l'espressione di curiosità, il gesto breve e veloce; ma nel significato di critica si possono anche non usare gli indizi enfatici del movimento lento e teatrale, e dell'espressione scettica o ironica.

2.3.2. Parole di sopracciglia

Vediamo ora come si può individuare un elemento semantico comune nei vari significati dei segnali delle sopracciglia (Poggi, Pelachaud 2000 c; Poggi 2001).

Partiamo dall'innalzamento, un segnale dello sguardo che si produce sollevando entrambe le sopracciglia in maniera simmetrica. L'innalzamento di sopracciglia ha quattro significati:

1. **sorpresa**; quando ti trovi di fronte a una situazione imprevista, vuol dire "sono sorpreso";
2. **enfasi**; nella conversazione o nell'argomentazione enfatizza una parola o il *comment* (la parte nuova) della frase, e quindi significa: "questa è la parte più importante della mia frase; è quello che più voglio comunicare";
3. **avversativo**; se lo fai mentre pronunci una parola con funzione avversativa, come *ma*, *tuttavia*, *invece*, *al contrario*, ha lo stesso significato avversativo, cioè avverte l'ascoltatore di non trarre da ciò che si è detto finora le inferenze più prevedibili (Giuliani, 1976). Vuol dire cioè: "non è come saresti portato a concludere; anzi devi concludere proprio l'opposto";

4. **perplexità o dubbio**; quando dai un'informazione, comunica che sei perplesso o dubbioso su ciò che stai dicendo; e quando ascolti ciò che dice un altro, comunica incredulità, come se dicesse: "Ma no! Davvero incredibile!".

L'elemento semantico che si ritrova in tutti questi significati dell'*innalzamento di sopracciglia* è quello di una informazione nuova, inattesa, non inferibile dalle credenze. Nella **sorpresa** e nel significato **avversativo**, una credenza in entrata è in contrasto con quelle preesistenti, e quindi non si può inferire – e non si spiega – in base ad esse. Nella **perplexità**, il contrasto fra credenze causa un'indecisione epistemica: non sai se credere o meno alla credenza in entrata. Nell'**enfasi** c'è semplicemente una credenza nuova, non necessariamente contrastante ma comunque diversa da altre credenze, e degna di attenzione.

I quattro significati differiscono invece

- a. per il soggetto che crede o inferisce le credenze in questione: nella sorpresa e nella perplexità chi non può inferire la credenza nuova è il Mittente dell'*innalzamento di sopracciglia*, mentre nei significati avversativo e di enfasi è il Destinatario;
- b. per la classe di contesti in cui il segnale è prodotto: si mostra sorpresa quando la credenza nuova e inaspettata è causata da un fenomeno naturale o un'azione umana, mentre l'enfasi, il significato avversativo e la perplexità, sia del Mittente che dell'Interlocutore, si esprimono nell'interazione verbale: l'enfasi e l'avversativa si riferiscono a ciò che sta dicendo il Mittente, la perplexità può riguardare anche quello che dice l'altro.

E veniamo all'*aggrottamento*; che si fa *ravvicinando le sopracciglia*, e formando così delle *rughe verticali sulla fronte*. Questo segnale si usa quando:

1. fai una domanda;
2. non riesci a capire una cosa;
3. vuoi comunicare al tuo Interlocutore che non capisci ciò che dice;
4. vuoi comunicargli in modo indiretto che non sei d'accordo;
5. guardi qualcosa molto attentamente;
6. cerchi di ricordare qualcosa;
7. asserisci qualcosa con sicurezza, facendo capire che non stai dicendo per scherzo;
8. sei preoccupato per qualcosa;
9. sei arrabbiato;
10. dai un ordine perentorio.

I significati 1, 2 e 3 hanno in comune la mancanza di una credenza: *aggrotti le sopracciglia* quando c'è qualcosa che non capisci (significato 2), e quindi cerchi una credenza che te lo spieghi, facendo una domanda (significato 1). Se ciò che non capisci è quel che dice il tuo Interlocutore (3), l'*aggrottamento* gli chiede di spiegarsi meglio; ma a volte questo è solo un modo indiretto, un artificio retorico e cortese per dirgli "Non è che non capisco, è proprio che non sono d'accordo" (4). I significati da 5 a 7 hanno in comune un elemento di attenzione: *aggrotti le sopracciglia* quando guardi attentamente qualcosa (5), ma sei attento anche quando cerchi di ricordare qualcosa (6); e se parli seriamente, per mostrare che non stai scherzando, devi far vedere che stai attento a quello che dici (7). Gli ultimi tre significati hanno a che fare con emozioni. *Aggrotti le sopracciglia* quando sei preoccupato (8), ma anche quando sei arrabbiato (9); per questo l'*aggrottamento* rende minaccioso e perentorio un ordine (10).

Fin qui abbiamo trovato tre elementi che unificano i significati elencati: mancanza di credenze, attenzione, emozione. Ma si può andare oltre e ricondurli tutti a un unico elemento

di concentrazione. Ti concentri per trovare le conoscenze che ti servono per capire (significati 2, 3 e 4), e che puoi cercare nell'ambiente (5), nella tua memoria (6) o chiedendo ad altri (1). Ma la concentrazione ti rende anche più credibile, mostrandoti più responsabile di ciò che fai; quando dici qualcosa seriamente (7), o ti mostri arrabbiato (9) o dai un ordine (10). E infine, quando sei preoccupato (8) sei concentrato su ciò che ti preoccupa.

Ma qual è il collegamento fra *l'aggrottare le sopracciglia* e il significato di concentrazione? Possiamo vedere *aggrottamento* e *innalzamento* come due segnali simmetrici, e simmetrici i loro significati. Se apriamo molto gli occhi quando vogliamo vedere più cose, al contrario li aguzziamo quando vogliamo vedere meglio; e per mettere più a fuoco avviciniamo le sopracciglia, cioè appunto le aggrottiamo. Dunque *l'innalzamento* aumenta la quantità, *l'aggrottamento* migliora la qualità della visione. Sono questi, rispettivamente, i significati originari dei due segnali, le azioni non comunicative che permettono – e poi significano – ricerca di credenze nuove e concentrazione. Ma poiché la visione è subito metafora della comprensione – vedere con gli occhi della mente – *l'aggrottamento* viene a significare non solo che vogliamo vedere meglio (significato 5) ma anche che vogliamo capire meglio (significati 1 – 3). E questo desiderio di capire meglio può essere esibito non solo sinceramente, ma anche, in modo retorico, per esprimere disaccordo (4). Più in generale, però, abbiamo bisogno di concentrazione, cioè di porre particolare attenzione alle nostre elaborazioni cognitive, ogni volta che vogliamo risolvere un problema che ci preoccupa (8), sia esso il recupero di conoscenze dalla memoria (6), il dire qualcosa in modo convincente (7), o far fare qualcosa a qualcuno (9 e 10).

Parte IV

Fingere e scherzare

Capitolo 9

L'inganno

1. Che cos'è l'inganno

Se uno ti chiedesse cosa vuol dire ingannare, probabilmente diresti: non dire la verità. Ma che cos'è la verità? E' la domanda che fece Pilato a Gesù, e a cui la filosofia ha spesso cercato di rispondere. Pur senza addentrarci in quei sottili ragionamenti, proprio alla definizione di un filosofo ci atterremo: Agostino di Ippona. Che nel suo trattato "De mendacio" (395) propone una lettura decisamente "mentalistica" dell'inganno, cioè basata sulla mente dell'ingannatore. Così recita, in due passaggi, Agostino: *"Non è mentire il dire una cosa falsa se si crede o ci si è fatti l'opinione che sia vera" [...]* *"è ... dall'intenzione dell'animo e non dalla verità o falsità delle cose in sé che bisogna giudicare se uno mente o non mente"*

Ecco la nostra definizione (Castelfranchi, Poggi 1998).

Un **inganno** è un atto o tratto di un organismo M che ha lo scopo di non far avere a un organismo I una credenza vera che per quell'organismo è rilevante, e che non rivela tale finalità.

Questi dunque i componenti definitori della nozione di inganno:

- un atto o un tratto (una caratteristica morfologica) di un Agente M
- che ha lo scopo S
- di far sì che un altro Agente I
 - non venga ad assumere una Credenza Vera CV
 - o venga ad assumere una Credenza Falsa CF
- dove la Credenza C è rilevante per I
- inoltre M intende non far sapere a I del suo scopo S

Questa definizione configura l'inganno innanzitutto come un atto sociale, cioè un atto di un Agente verso un altro Agente. Ma se cerchi su un vocabolario di una qualsiasi lingua trovi numerosissimi atti sociali che corrispondono alla definizione data: *bugia, finzione, ipocrisia, imbroglio, truffa, millantato credito, calunnia, sotterfugio...* sono tutti casi di inganno. Quindi la parola "inganno" è un nome generico che include molti iponimi, di cui forse il prototipo, cioè il caso più tipico, è la *bugia* – un atto linguistico con cui qualcuno cerca di far credere il falso a qualcun altro; ma i modi di ingannare sono innumerevoli.

La nostra definizione generale di inganno, inoltre, non riguarda soltanto gli inganni umani, ma anche quelli degli animali non umani; come il mimetismo del camaleonte, o i bluff di dominanza di uccelli che esibiscono creste o piume per sembrare più grandi.

Vediamo i vari punti di questa definizione, che possiamo considerare le condizioni necessarie e sufficienti per definire qualcosa un inganno.

1. atto o tratto
2. scopo
3. non verità
4. rilevanza
5. meta-inganno (ingannare sul proprio stare ingannando)

1.1. Un atto, un oggetto o una caratteristica

La nozione di atto è intesa qui in un senso molto ampio, con accezioni più forti e più deboli. Possiamo considerare atti ingannevoli:

- a. un atto linguistico, cioè un'azione sociale e comunicativa eseguita avvalendosi di un sistema comunicativo dotato di un lessico e una sintassi, come una lingua verbale o una lingua di segni: ad esempio, una *bugia*.
- b. un atto comunicativo non linguistico, cioè un'azione sociale e comunicativa eseguita attraverso un sistema di comunicazione corporeo, come un lessico di gesti, sguardi o espressioni facciali. Ad esempio, il *sorriso ipocrita* o la *stretta di mano vigorosa*, fintamente cordiale, con cui un'insegnante accoglie una collega che non sopporta.
- c. un atto non comunicativo. Per ingannare non c'è bisogno di comunicare. M uccide P, poi gli mette in mano una pistola per far credere agli inquirenti che si è suicidato. Questa è un'azione non comunicativa, ma ha lo scopo di ingannare.
- d. un'omissione. In certi casi, per ingannare è sufficiente non fare nulla: solo, decidere di non fare. Nella nostra accezione, in cui un atto è definito come un mezzo per perseguire uno scopo, deliberato come punto d'arrivo di un processo di decisione, anche omettere deliberatamente – cioè decidere di non compiere un'azione – si può considerare un atto. Un ragazzo che decide di non dire alla sua compagna di avere l'HIV la sta ingannando.

Oltre agli atti in sé, si possono considerare inganni gli oggetti prodotti o usati per ingannare o durante un'azione di inganno:

- e. un oggetto prodotto dall'atto di inganno: ad esempio, una *banconota falsa* o una *porta invisibile*, mimetizzata nella parete
- f. un oggetto usato in un atto di inganno: un *travestimento*; cioè vestiti veri, ma indossati per farsi prendere per un altro; o la *maschera* da presidente americano usata dai ladri durante una rapina in banca.

Infine, può essere un inganno un tratto funzionale di un sistema:

- g. una caratteristica morfologica di un organismo. Inganna la *pigmentazione assunta dal camaleonte* che lo fa confondere con il fogliame.

1.2. Scopo

Possiamo distinguere due tipi di inganno, in base al tipo di scopo:

1. inganno funzionale: quello degli animali non umani, in cui lo scopo di non far sapere il vero all'altro è una funzione biologica. Il camaleonte non ha l'"intenzione" di nascondersi nel fogliame; è per lui una funzione adattiva non farsi individuare dalle potenziali prede, così da poterle predare. Anche del gallo che, per montare la gallina, emette il segnale di rinvenimento di buon cibo, non possiamo dire che il suo scopo di ingannare sia cosciente.
2. inganno intenzionale, quello degli umani. Qui consideriamo inganno solo il caso in cui M ha lo scopo interno e cosciente di non far sapere il vero ad altri. M non solo vuole ingannare l'altro ma anche sa di volerlo ingannare, anche quando non lo fa per via linguistica ma attraverso l'omissione o la comunicazione corporea. E' intenzionale e cosciente anche la faccia triste esibita in ricorrenze luttuose, o la cordialità mostrata in eventi sociali.

1.3. Non verità

Lo scopo dell'ingannatore M è far sì che l'ingannato I, non sappia la verità: cioè non venga ad assumere una certa credenza.

Ora, possiamo parlare di verità oggettiva e di verità soggettiva. Definiamo verità oggettiva il caso di una credenza che "fotografa" fedelmente la realtà esterna, il mondo. Ma è molto difficile essere certi di verità oggettive; solo un'entità esterna onnisciente – come Dio – potrebbe sapere con certezza se una cosa è vera o falsa. E allora per decidere cosa è inganno possiamo fare riferimento a una "verità soggettiva". M inganna se fa sapere all'altro qualcosa di diverso da ciò che M stesso crede vero. E' questo il senso della frase di Agostino: *"non è mentire il dire una cosa falsa se si crede o ci si è fatti l'opinione che sia vera"*.

Prendiamo l'esempio di Tolomeo, che con la sua cosmologia ha fatto credere a tutto il mondo dei suoi tempi, e fino al 1600, che il sole girava attorno alla terra; il suo si può considerare un errore, ma non un inganno, perché era in buona fede nel comunicare il suo errore, cioè non intendeva far credere ad altri qualcosa di diverso da ciò che credeva lui (De Cataldo, Gulotta 1996).

Queste prime tre condizioni dell'inganno – con che cosa si inganna, per che tipo di scopi, e cosa s'intenda per verità, ci permettono di distinguere l'inganno umano da quello degli altri animali. Nell'inganno "intenzionale" degli umani, lo scopo di ingannare è una intenzione cosciente dell'ingannatore (M); lo strumento dell'inganno è necessariamente un atto (o non-atto) deliberato, non può essere un tratto morfologico, che non è soggetto a volontà; e si fa riferimento alla definizione soggettiva di verità, cioè si considera vero ciò che l'Ingannatore (M) crede vero. Nell'inganno "funzionale" degli altri animali, invece, lo scopo di ingannare è una funzione biologica dell'Ingannatore, perseguita da un tratto morfologico o da comportamenti non soggetti a deliberazione cosciente; e la nozione di verità cui attenersi è quella oggettivistica: la credenza "in mezzo a queste foglie non c'è un camaleonte" è oggettivamente non rispondente alla realtà del mondo.

1.4. Rilevanza

La credenza vera che l'ingannatore non fa avere all'ingannato è una credenza rilevante per quest'ultimo, cioè gli serve per perseguire suoi scopi, al punto che perseguitarli con o senza quella credenza non avrebbe gli stessi esiti.

Se al bar prendo un cappuccino e un maritozzo, e quando vado a pagare dico alla cassiera "cappuccino e cornetto", se il maritozzo costa come il cornetto, la mancanza della credenza precisa non danneggia la cassiera. Se invece il maritozzo è con la panna e costa di più, allora dire che era un maritozzo è rilevante, e non dirlo sarebbe un inganno (Vincent, Castelfranchi 1981).

1.5. Metainganno

Se ti voglio ingannare non te lo devo far sapere; cioè, perché ci sia inganno si deve ingannare anche sul proprio scopo di ingannare. Per capire questa condizione pensiamo al meccanismo dell'ironia. Quando sono ironico non dico ciò che penso sia vero, anzi, il suo contrario; però faccio capire all'altro che non è ciò che penso. Quindi l'ironia è come darti un veleno ma anche l'antidoto; per questo chi è ironico non inganna. Lo stesso vale anche per la recitazione: quando vado a teatro lo so che quello che muore non muore davvero.

Infine, manca il meta-inganno anche nei casi di "inganno consensuale": come quando gli amanti amano sentirsi dire *"sei bellissimo"*, *"sei bellissima"* pur sapendo che non è vero.

2. Perché esiste l'inganno?

Sarebbe bello se tutti dicessimo sempre la verità: niente calunnie né fake news, niente bugiardi né ipocriti; niente truffe né frodi, finzioni o false testimonianze. Sarebbe un mondo migliore? Chissà. Invece l'inganno esiste: tutti veniamo spesso ingannati e in molti – se non tutti – spesso inganniamo gli altri. Ma perché le persone (e gli animali non umani) ingannano? Questa capacità che noi e altri animali abbiamo ha delle funzioni adattive?

Come sappiamo, la conoscenza è una delle risorse fondamentali di cui si servono gli organismi – specialmente umani – per vivere e realizzare i loro scopi, e per vincere su altri in caso di competizione: sapere è potere. Per questo gli umani hanno, fra i loro scopi permanenti e irrinunciabili, quello di acquisire credenze, e credenze vere, cioè rappresentazioni il più possibile fedeli della realtà: ogni credenza vera è un bene prezioso. Certo, la conoscenza non è una risorsa estinguibile, anzi, si riproduce all'infinito: se ho due panini e li condivido con un amico, a me resta un panino solo, ma se ho un'informazione e la condivido, poi siamo in due a saperla. Tuttavia, possono costituire una risorsa finita gli scopi che perseguiamo grazie a una credenza: se la mappa del tesoro ce l'ho solo io, solo io arriverò al tesoro. In questo caso possedere una credenza, e non dividerla con chi ne ha bisogno, è un atto di egoismo che può darci molto potere; e al contrario fornirla a un altro è fargli un regalo: un atto d'altruismo. Per questo fra gli umani vige una norma di "altruismo della conoscenza" (simile a quella stabilita dal Principio di Cooperazione di Grice, 1975) che dice: se a un altro serve una credenza e tu la possiedi, comunicagliela. Ora, l'inganno è proprio una violazione di questa norma. Chi inganna rifiuta di condividere le sue credenze, e può farlo per due scopi.

Da un lato per mantenere il proprio potere – ad esempio quando non fa trapelare informazioni che avvantaggerebbero l'altro, o che nuocerebbero a sé stesso o alla propria immagine; dunque l'ingannatore crea uno squilibrio di potere delle conoscenze fra sé stesso e l'altro, facendo in modo che la sua rete di credenze sia più ricca o più attendibile della rete dell'altro.

L'altro scopo che induce ad ingannare è influenzare l'altro, cioè indurre o inibire scopi. La principale funzione adattiva dell'inganno infatti è la stessa della comunicazione: influenzare gli altri. Poiché negli umani le credenze sono essenziali alla pianificazione, cioè a decidere quali scopi perseguire e come, influenzare le loro credenze permette di influenzare i loro scopi. Se A vuole far decidere a B di perseguire lo scopo SX, avrà interesse a fargli avere le credenze che lo indurranno a perseguire SX – vere o false che siano! Se pensi che il ladro sia scappato a sinistra, per inseguirlo non vai a destra; e invece il complice ti dirà che è andato a destra per farti prendere la strada sbagliata.

Dunque, se la condivisione di informazioni veritiere è atto di cooperazione, la non condivisione e la comunicazione deliberata di informazioni fuorvianti inducono uno squilibrio nei saperi, e quindi nei poteri delle persone.

3. L'inganno: buono o cattivo?

Se in termini utilitari l'inganno è un atto conveniente per l'ingannatore, in termini etici è un atto aggressivo che provoca un danno all'ingannato: per almeno tre ragioni. Innanzitutto, compromette lo scopo di B di conoscere il vero, in particolare di avere una credenza vera

rilevante per un suo scopo. Inoltre, quando la credenza fuorviante fornita da A è finalizzata a influenzare B, se B sapesse il vero non farebbe quanto A lo induce a fare, e ciò che finisce col fare compromette i suoi scopi: il truffatore che fa credere al pollo che l'anello è autentico, oltre a danneggiarlo perché lo fa fesso lo danneggia in quanto gli estorce soldi senza un'equa contropartita. Infine l'inganno è la violazione della norma di altruismo reciproco delle conoscenze, e in quanto tale provoca uno squilibrio di potere a danno di B: avvantaggiando A, danneggia B relativamente ad A, oltre che in senso assoluto. Inoltre è la violazione di un diritto naturale di tutti gli umani, il diritto alla conoscenza (Grotius, 1621): il diritto di sapere la verità sulle cose che ci riguardano.

L'inganno compromette lo scopo dell'altro di sapere il vero su argomenti per lui rilevanti; è dunque un atto aggressivo, che provoca danni e viola norme morali, ed è per questo che istintivamente lo consideriamo un'azione malvagia.

La letteratura di filosofia morale annovera posizioni opposte al riguardo, perché se alcuni trovano restrizioni alla condanna e giustificazioni agli ingannatori, altri hanno posizioni opposte estreme. Se Tommaso d'Aquino (1274) rifiuta una dicotomia tutto/niente e propone una sofisticata graduatoria di gravità degli inganni (fra cui i più veniali sono quelli perpetrati per la maggior gloria di Dio), Hugo Grotius annovera fra i diritti naturali, inalienabili per ogni uomo, il diritto alla conoscenza, ma giustifica anche lui gli inganni ai bambini e ai folli; per Kant (1996) e Nietzsche (1878) invece l'inganno è sempre un male, e non bisogna ingannare mai, in nessun contesto e per nessuna ragione. Se un assassino vuole uccidere tuo fratello e ti chiede da che parte è andato, glielo devi dire!

La ragione di questa condanna inappellabile dell'inganno è la stessa, per Kant e Nietzsche. L'inganno è male assoluto perché mina la fiducia, che è la base di ogni rapporto sociale. Una volta che sei stato ingannato, non credi più all'altro – o forse agli altri, tutti. Come recita Nietzsche (1878), “ciò che più mi ferisce non è tanto che tu mi abbia ingannato, quanto che io non mi fido più di te” (Bok 1978).

D'altra parte, l'inganno è sempre un male? In effetti a volte è attuato con intenzioni benevole: un inganno a fin di bene.

3.1. La verità che fa male

Fin qui abbiamo evidenziato quanto la conoscenza sia un bene prezioso, perché necessario al raggiungimento di scopi. Tuttavia a volte sapere ci fa male. Alcune credenze, per esempio quelle che riguardano nostri scopi molto importanti che sono o rischiano di essere frustrati, provocano emozioni negative – dolore, rimpianto, amarezza, ansia, paura, colpa, vergogna. Sono credenze “dolenti” (Miceli, Castelfranchi 1994), che ci inducono addirittura ad ingannare noi stessi. Rimozione, negazione, proiezione, tutti i meccanismi di difesa sono strategie della mente per autodifendersi dalla credenze dolenti: per evitare di riconoscere le verità che ci fanno soffrire.

E' proprio per risparmiare agli altri informazioni che li farebbero star male che a volte li inganniamo. In questo caso i nostri inganni hanno uno scopo prosociale (servono per il bene dell'altro) e tutorio (cercano di proteggerlo). Il rapporto “tutorio” (Cap.1) è una relazione sociale in cui A compie azioni che hanno come scopi gli interessi di B: la mamma che impedisce al bimbo di avvicinarsi troppo al fuoco del camino, il medico che mi consiglia di non mangiare troppi fritti perché mi fanno male al fegato.

3.2. Inganni prosociali tutori

Sono inganni prosociali tutori le cosiddette “bugie a fin di bene”: quelle che, almeno nelle intenzioni, diciamo per non ferire i sentimenti altrui. Inganni perpetrati non per i nostri interessi e a discapito di quelli altrui, ma nell’interesse dell’altro.

Esempi ovvi sono le bugie di cortesia: “*Come la trovo bene, signora!*” a una che ha una pessima cera; ma anche altre, come non dire alla tua amica che il suo ex ragazzo si è appena sposato; fino alla grandiosa menzogna di Roberto Benigni a suo figlio nel “La vita è bella”: trasformare l’orrore dell’olocausto in un concorso a premi per vincere il carro armato.

Tuttavia, anche nei casi più compassionevoli e giustificabili di inganni a fin di bene, c’è sempre una piccola quota di danno che l’ingannatore – pur benevolo – infligge all’ingannato: di nuovo, quella maledetta violazione del diritto dell’altro alla verità. Anche nell’inganno più buono, nella bugia più bianca, c’è un po’ di male che gli fai: non solo negargli la verità cui ha diritto; non solo infliggere quel colpo mortale alla (sua) fiducia (in te) che ricordavano Kant e Nietzsche; ma anche – forse specialmente? – mostrare di non reputarlo degno della verità, perché incapace di sopportarla. E’ questo il vulnus più grave all’altro, nell’inganno a fin di bene: l’attacco alla sua immagine.

4. In quanti modi posso ingannarti?

Sono davvero tanti i modi in cui s’inganna. Nel lessico di una lingua sono alcune centinaia le parole che si riferiscono all’inganno. Verbi e nominalizzazioni che designano azioni ingannevoli: *mentire, ingannare, fingere, darla a bere, infinocchiare, dissimulare; bugia, menzogna, finzione, millantato credito, truffa, raggio, sotterfugio, bluff, patacca, bufala, fake news, calunnia*; altri che denotano gli effetti dell’inganno: *cascarci, bersela, abboccare*. Nomi e aggettivi riferiti all’ingannatore – *imbrogliatore, baro, impostore, simulatore, millantatore, bugiardo, subdolo, ipocrita* – o all’ingannato – *pollo, merlo, gonzo, credulone*.

Per mettere ordine in questa molteplicità di strategie cercheremo di delineare le principali distinzioni fra modi di ingannare, facendo riferimento a tre aspetti cognitivi dell’inganno: 1. il tipo di manipolazione che l’ingannatore attua sulla mente della persona da ingannare, 2. il tipo di azioni che deve compiere per farlo, e 3. le credenze dell’altro.

4.1. Lo scopo dell’ingannatore: non far sapere il vero – far credere il falso

L’ingannatore può manipolare la mente dell’altro in due modi: per **privazione** – priva l’altro di una credenza vera (CV), e per **deviazione** – gli dà una credenza falsa (CF). Il primo è un inganno di dissimulazione, volto a privare di credenze, a lasciare nell’ignoranza, l’altro di simulazione, volto a fuorviare, deviare, indurre in errore. In sintesi, due scopi possibili di inganno: non far sapere il vero o far credere il falso.

Un esempio di privazione: non far sapere il vero.

- (1) L’impiegato di banca M studia architettura, ma se il suo capufficio I sapesse di questa sua passione gli precluderebbe ogni possibilità di carriera nella banca. Per questo M fa in modo che nessuno in ufficio sappia che lui studia all’Università.

Ed ora un esempio corrispondente di deviazione: far credere il falso.

- (2) L’impiegato M vuole fare carriera in ufficio. Sa che il capufficio è appassionato di tennis, e stima tutti quelli che lo praticano. M allora ogni tanto lascia che s’intraveda

come per caso dalla sua borsa da lavoro il lembo di una maglietta da tennis, per indurre il capo a pensare che lui dopo il lavoro va a giocare a tennis.

Lo scopo di M di non far sapere ad I una cosa vera o di fargliene credere una falsa dipende da ciò che M pensa che I farebbe nei rispettivi casi, e da ciò che M vuole che I faccia.

4.2. Gli strumenti dell'ingannatore

Per ingannare, M ha due possibilità: fare qualcosa (ad esempio, dire una bugia) o non fare nulla, cioè perpetrare un inganno di omissione, semplicemente non dire ciò che crede vero. Tuttavia, non sempre l'omissione si usa per non far sapere il vero, né un'azione per far credere il falso; infatti se l'altro ha già una credenza, ma falsa, posso omettere proprio per lasciargli credere il falso. Dunque anche un terzo criterio determina la decisione su come ingannare.

4.3. La mente dell'ingannato

La scelta tra omettere e agire dipende in buona parte dalle credenze precedenti dell'altro. Ad esempio, se I ha già la credenza vera o probabilmente la verrà ad avere, M sarà costretto a un intervento "attivo", mentre se non la conosce ancora, M potrà limitarsi a un'omissione.

Se al capufficio non passa neanche per la testa che l'impiegato voglia prepararsi per un'altra carriera e quindi iscriversi all'università, basterà che l'impiegato non dica nulla. Ma se qualche collega maligno ha messo la pulce nell'orecchio al capufficio su certi suoi permessi sospetti, allora l'impiegato dovrà inventarsi una risposta plausibile per eventuali domande, una storia di copertura, invece che semplicemente negare scandalizzato l'ipotesi maliziosa.

In questo caso infatti una pura sottrazione di credenze sarebbe poco soddisfacente per chi la subisce (per I) e quindi poco efficace per chi la attua (M). Perché sottrarre una credenza vuol dire creare un vuoto nella mente dell'altro là dove invece ne aveva una, e data l'importanza del nostro scopo della conoscenza, restare con una credenza in meno è sempre mal tollerato, e provoca automaticamente la ricerca di un'altra credenza da mettere al posto di quella sottratta. In altre parole quando, seppur a malincuore, I deve operare una revisione delle sue credenze, in genere non si accontenta di una semplice sottrazione di credenze, ma preferisce rimpiazzare quella scalzata con un'altra, relativa allo stesso argomento, che la sostituisca. E' per questo che la semplice negazione da parte di M non è una mossa soddisfacente per I e quindi non è un inganno efficiente per M: M non può volere semplicemente che I non sappia CV, ma anche che I creda CF: solo con una credenza nuova (Falsa!) può scalzare dalla mente di I la vecchia (Vera!). I dovrà dunque operare una falsificazione, cioè inventare una credenza falsa per rendere plausibile la negazione (per non far credere più la credenza vera). Ad esempio, se il capufficio insinua che il bancario abbia un impegno di studio, lui può dire: "No, non ho impegni di studio; mi piace molto il tennis". In questo caso, un inganno per deviazione diventa strumento necessario per un inganno per privazione. E' proprio ciò che avviene in molti casi reali (Boffa, Pascucci, Poggi 1997): si attua una falsificazione solo perché la falsificazione serve all'occultamento.

4.4. Sei strategie di inganno

Possiamo dunque enucleare sei forme fondamentali di inganno, da quelle più "passive", che ad alcuni potrebbero anche non sembrare veri inganni, fino a quelle in cui l'azione

ingannevole è più evidente e impegnativa. Le prime due sono strategie di deviazione, cioè di non far sapere il vero.

1. La forma di inganno più "debole" è l'Omissione. M compie un inganno di **omissione** quando non compie un'azione che avrebbe lo scopo di far avere ad I una certa Credenza Vera che per I è rilevante.

(3) La ricercatrice I partecipa a un concorso. La professoressa M sa che sicuramente I non vincerà, perché sa che il posto per cui concorre è già destinato ad altri, ma decide di non dirlo ad I, in modo che lei partecipi al concorso con serenità e con grinta.

2. Lievemente più attivo è l'inganno per Occultamento. Se nell'omissione l'ingannatore non fa proprio nulla, nel nascondere in genere deve compiere qualche azione, ma non un'azione comunicativa. Chiamiamo **occultamento** un'azione non comunicativa con cui M ha lo scopo di nascondere ad I una certa credenza, cioè di bloccare i percorsi cognitivi attraverso cui I potrebbe assumerla: fa in modo che I non venga ad assumere la Credenza Vera attraverso i suoi processi di percezione, categorizzazione, inferenza, o attraverso la comunicazione da parte di terzi. Ad esempio impedisce di percepire:

(4) Il prigioniero in fuga evita il fascio di luce che i riflettori proiettano dalla torretta
O impedisce di riconoscere e categorizzare:

(5) Nel mimetismo militare, i soldati mettono frasche sull'elmetto per confondersi con i cespugli circostanti
o di inferire e ricollegare:

(6) Se una madre non ha mai dato informazioni sul sesso alla figlia, lei non può riconoscere quello che le accade durante lo sviluppo
O impedisce di acquisire dalla comunicazione:

(7) Il comico Giorgio Faletti incontra un suo fan che si dice entusiasta di un personaggio da lui impersonato, la guardia giurata Vito Catozzo. Curiosamente, il fan assomiglia moltissimo proprio a quel personaggio e a Faletti scappa da ridere; ma si morde le labbra per non offenderlo.

Altre strategie, se anche mirano a non far sapere il vero (privazione), lo fanno attraverso il far credere il falso (deviazione).

3. Chiamiamo Falsificazione "pura", o semplicemente **falsificazione** la terza forma di inganno: un'azione comunicativa o non comunicativa con cui M ha lo scopo di far avere ad I una Credenza Falsa, cioè diversa da quella che M assume. E' falsificazione una bugia (cioè un'azione comunicativa e verbale), ma anche una finzione (ad esempio fingere una faccia cordiale), o un falso, cioè un oggetto o un documento fabbricato da M a imitazione di un originale, che M vuol far credere autentico.

4. Un'altra forma di Falsificazione è la **falsa conferma**: un'azione comunicativa o non comunicativa con cui M ha lo scopo di confermare ad I una credenza che M reputa falsa. Siccome in molti casi confermare significa fornire al Destinatario una nuova credenza identica a una vecchia che lui già possedeva, confermare una Credenza Falsa CF che I già possiede significa fargli avere una nuova credenza identica a quella, allo scopo di accrescere nella sua mente il grado di certezza con cui già la assume (Poggi, 1981). La credenza può essere oggetto di un'esplicita richiesta di conferma da parte di I, come quando I pone a M una domanda sì/no e M risponde sì.

(8) Il capufficio del bancario gli chiede: "*Per caso, quando esci vai a giocare a tennis?*", e lui risponde "*Sì*", o semplicemente *annuisce*.

Ancora, la credenza falsa può essere asserita o presupposta da I in una frase dichiarativa:

(9) il capufficio dice: "*Mi fa piacere che quando esci di qui tu vada a giocare a tennis!*" e M ribatte: "*Eh, sì...*".

A sua volta, la credenza data da M per confermare quella assunta da I può essere asserita esplicitamente con un *sì* o una frase affermativa, o costituire la parte presupposta di una frase interrogativa o imperativa; o può essere semplicemente lasciata inferire grazie a un'azione non comunicativa o a un'omissione, cioè grazie al fatto che M non fa nulla per smentire quella credenza falsa.

5. Simmetrica alla Falsa conferma è la **negazione**, con cui M smentisce ad I una Credenza che anche M reputa Vera, ma non vuole che I l'assuma. Anche qui la credenza vera CV già assunta da I può essere oggetto di una esplicita domanda *sì/no*, asserita o presupposta da una frase di I, o semplicemente inferibile dal comportamento di I. M può negare questa credenza, cioè comunicare che non la reputa vera, in vari modi: con un atto linguistico, come un *no* o una frase negativa; oppure presupponendo tale disconferma con un'azione non comunicativa, ad esempio comportandosi come se ciò che assume I non fosse vero.

6. Un'ultima forma di inganno è il **mascheramento**, o Inganno di copertura. E' un inganno per falsificazione in cui però la falsificazione non è fine a se stessa, ma è strumentale a un inganno di occultamento: M compie un'azione comunicativa o non comunicativa allo scopo di far avere ad I una credenza falsa, ma lo fa solo per nascondere quella vera. La credenza falsa data serve a "mascherare" la vera che M non vuole dare. Il travestimento è il prototipo di questo inganno. Chiamiamo credenze di copertura le credenze false, cioè inganni deviativi, che sono strumentali all'occultamento, cioè a un inganno privativo.

5. Come s'inganna. Primi passi e acrobazie

Questi sono i modi fondamentali in cui si inganna, che combinati con gli strumenti usati (uso di parole, gesti, azioni pratiche, oggetti...) e con gli scopi per cui si usano (guadagnare soldi, fare bella figura...) danno luogo alle molteplici forme di inganno nominate dalle parole delle lingue. Due tipi fondamentali di inganno sono la finzione e la menzogna, o bugia.

La **finzione** è un inganno per falsificazione, che mira a far credere una credenza falsa imitando con il proprio corpo, o con oggetti usati o costruiti, gli stimoli percepibili da cui in genere è manifestata, e comportandosi "come se" la si credesse vera.

(10) La bambina M è in visita dalla zia I, che le ha preparato un elaborato manicaretto. M lo trova disgustoso, ma non vuol farlo capire alla zia per non avvirla. Quindi finge di mangiare, cioè mastica come se mangiasse.

M si comporta "come se" fosse vero che lei sta mangiando; e fa così proprio per far credere ad I che lei sta mangiando.

La **menzogna** è un tipo di finzione: una falsificazione, un mascheramento, una negazione o una falsa conferma compiuta con un atto linguistico (di parole o di segni di una lingua di segni); un atto di informazione (se Violetta scaccia Alfredo, cioè gli ordina un'azione che in realtà non vorrebbe da lui, lo sta ingannando, non gli sta mentendo); e in cui la credenza falsa è nella parte asserita, non in quella presupposta (se M sa che Luigi non ha mai picchiato sua

moglie, è una menzogna dire “Luigi ha picchiato sua moglie” ma non “Luigi ha smesso di picchiare sua moglie” che è invece un inganno di “presupposizione mendace”, v. sotto). Inoltre la menzogna è un doppio inganno perché contiene anche una finzione sulla propria mente: chi mente non solo dice il falso ma anche finge di crederci, cioè si comporta “come se” dicesse il vero. Mentire è dunque fingere di informare.

Ma la tavolozza dell’ingannatore dispone di infinite combinazioni e sfumature, e il suo lavoro può raggiungere livelli altissimi di sofisticatezza.

Innanzitutto, si può ingannare anche dicendo il vero, attraverso l’ambiguità mendace e l’inganno indiretto.

Ambiguità mendace. Si usa un’espressione ambigua, di cui una è l’interpretazione vera e l’altra è falso, ma eventualmente più probabile. Come nel “giuramento” di Isotta, sottoposta al giudizio di Dio in cui, se dicesse il falso, le fiamme la brucerebbero. E allora lei fa travestire Tristano da frate e, nell’abbracciarlo, giura di non aver mai abbracciato altri che il proprio marito e quel frate.

Inganni indiretti. In certi casi, l’inganno non è nello scopo letterale delle nostre frasi, ma nel sovrascopo. Si ha così un inganno indiretto perché la credenza falsa che si vuol far credere non è negli oggetti usati o nel significato letterale delle frasi pronunciate, bensì in ciò che se ne vuole far inferire: comunico letteralmente una credenza vera, ma ho il sovrascopo che da quella tu ne inferisca una falsa. Molto vicine a questi inganni indiretti sono, ad esempio, l’insinuazione, la reticenza e la mezza verità.

L’**insinuazione** è un atto comunicativo che ha il sovrascopo comunicativo di far inferire una valutazione negativa su qualcuno: ha in comune con l’inganno indiretto il fatto che il sovrascopo è comunicativo (cioè l’inferenza che vuol far fare non è implicita, anzi si fa capire che la si vuole far fare), ma se ne distingue 1. perché nell’insinuazione la credenza che si vuol far inferire è necessariamente una valutazione negativa, e nell’inganno indiretto no, e 2. perché nell’inganno indiretto la credenza da inferire è per definizione falsa, mentre nell’insinuazione può essere anche vera.

Ecco tre insinuazioni su Desdemona lanciate da quella miniera di inganni sofisticatissimi che è Iago nell’Otello di Shakespeare (Castelfranchi, Vincent 1977; Castelfranchi, Poggi 1998).

(11) Così Iago parla a Otello di Desdemona:

IAGO: "Aprite gli occhi. Le donne del mio paese io le conosco bene; a Venezia usano mostrare al cielo certi trucchi che al marito non osano svelare: l'aspirazione suprema della loro coscienza non è nel non fare una cosa; ma nel fare che non si sappia".

OTELLO: "Ah, così dici?"

IAGO: "Tradì suo padre, quando sposò voi: e quando sembrava più scossa e impaurita dall'aspetto vostro, era allora che il vostro aspetto le piaceva di più". (Atto III, Scena III)

La prima affermazione sulle donne di Venezia insinua che anche Desdemona, veneziana, possa aspirare a fare cose proibite e nasconderele; la seconda, “*tradì suo padre*”, che allo stesso modo possa tradire Otello; la terza, su come sembra e come in realtà era, insinua che anche ora possa dissimulare le sue passioni e fingere pudore e castità.

Un altro gioco retorico (non necessariamente ingannevole) vicino all’insinuazione, è la **reticenza**, che consiste nel far riferimento senza nominarla (quindi solo inferenzialmente) a una credenza che l’ascoltatore può inferire, facendo capire che glie la si vuole far inferire, che non la si vuole esplicitare, e perché. Ecco le reticenze di Iago.

(12) OTELLO: "Ha detto qualcosa? (Cassio dei suoi amori con Desdemona)".

IAGO: "Sì, signor mio: ma statene pur certo, non più di quanto giurerà di non aver mai detto".

OTELLO: "Che ha detto?"

IAGO: "Di essere stato, in coscienza, non so..."

OTELLO: "Che cosa? Che cosa?"

IAGO: "A letto. Non so..."

OTELLO: "Con lei?"

IAGO: "Con lei o su lei; come volete".

Iago è reticente perché non dice spontaneamente cosa avrebbe sentito dire da Cassio; poi ne dice un pezzo (*di essere stato...*), poi un altro (*a letto...*). Si fa tirare le parole di bocca da Otello, fingendo anche di volergli tacere le cose (*non so...*). Ma proprio per questo la sua reticenza è ingannevole.

Un altro sottile inganno è la **mezza verità**: quando il parlante nasconde all'ascoltatore una parte della verità (naturalmente una parte che sarebbe per lui rilevante rispetto allo scopo per il quale lo sto informando), per farlo giungere per inferenza a delle conclusioni errate, o talvolta non per fargli assumere il falso ma semplicemente per non fargli assumere il vero. Un esempio è la proprietaria di una casa di montagna che assicura all'affittuaria che in bagno c'è lo scaldabagno, senza precisare che d'inverno viene staccato per evitare gelate nei tubi.

E' un inganno indiretto anche la **presupposizione mendace**. Come sappiamo, una frase porta con sé delle presupposizioni, cioè credenze su cui si basa pur non esplicitandole e che quindi fa inferire implicitamente, senza la possibilità di un filtro critico per metterle in discussione. Ora, se la credenza presupposta da una frase è falsa, quella frase è un inganno indiretto, perché da un significato letterale vero se ne inferisce uno falso. Come quando Iago, per far credere a Otello che è reticente per timore di dispiacergli, gli dice:

(13) "Signor mio, che vi sono affezionato lo sapete".

Il verbo *sapere* presuppone che una cosa saputa da terzi per il Parlante sia vera, quindi è come se Iago dicesse: "Otello crede che Iago è affezionato a Otello", e "anche Iago crede che Iago è affezionato a Otello". Ma mentre la prima credenza è vera, la seconda (presupposta) è falsa. Siamo di fronte al caso già visto (Cap.6) di comunicazione implicita ingannevole in cui una credenza presupposta falsa è "contrabbandata" come vera.

Un altro tipo di acrobazia è la metacomunicazione sull'inganno: i finti inganni (fingere di ingannare) e gli inganni manifesti (fingere di voler ingannare).

Dei **finti inganni** sono piene le spy story, dove non si capisce mai chi fa il doppio gioco con chi. Si fa sapere il vero ma si finge di ingannare, in realtà per far credere il falso.

(14) Due ladri sono sorpresi dalla polizia, ma uno riesce a fuggire. Il ladro catturato, sapendo che il commissario penserà che lui menta, gli indica proprio la direzione in cui il compare è fuggito.

Qui ciò che il ladro acciuffato vuol far credere al commissario è una credenza falsa, ma persegue questo scopo fingendo che sia falsa quella vera.

Altre volte invece si finge di voler ingannare, ma facendo capire questa intenzione, per cui l'altro non ci casca. Sono gli **inganni manifesti**, in cui il Mittente fa sapere il falso, ma fa anche capire che è falso. Il caso più chiaro è l'ironia, in cui dico il contrario di ciò che penso vero ma ti faccio anche capire, con un sorrisino ironico o con esagerazioni del parlato, che è il contrario di ciò che penso. L'ironia, come tutte le figure retoriche (Cap.10) è un caso di "**recitazione**", cioè il comunicare che si sta fingendo coinvolgendo l'altro come "complice". A inganna, ma con la complicità di B, che sa e vuole essere ingannato: sa che A "fa per finta" e accetta questo "patto fittizio" (Eco, 1997).

Lo stesso meccanismo, oltre che nella fiction e più in generale nella letteratura e nell'arte, in cui sappiamo che quella è solo imitazione, mimesi della realtà, ma non è la realtà, è all'opera nel rito, nel gioco e nello scherzo.

6. Perché inganniamo?

Più sopra abbiamo cercato le funzioni adattive dell'inganno, cioè perché esiste. Ora vediamo le ragioni contingenti che determinano i nostri inganni quotidiani (Poggi, Boffa, Castelfranchi 1994).

Come tutte le azioni umane e di altri organismi biologici, ogni inganno è determinato da uno scopo di una persona in una certa situazione. Possiamo distinguere 12 tipi di scopi per cui inganniamo: 6 appetitivi – scopi di provocare, di far avvenire qualcosa – e 6 aversivi – scopi di evitare, di far sì che qualcosa non avvenga. Lo si fa dunque per provocare o evitare FATTI, CONOSCENZE, VALUTAZIONI, EMOZIONI, AZIONI O AZIONI SOCIALI. Vediamo degli esempi.

FATTI:

- (15) La studentessa M non riesce a passare un esame. Tornata a casa, non lo dice al padre che ha problemi di cuore, perché vuole evitargli un nuovo attacco cardiaco.

Qui la studentessa vuole evitare che avvenga un fatto: un evento non provocato da azioni deliberate di persone.

CONOSCENZE:

- (16) Il giornalista Fabrizio Gatti si finge un lavoratore clandestino per portare allo scoperto il caporalato in Puglia

Questo è un inganno tipico perpetrato per acquisire conoscenze; usato specialmente da giornalisti d'inchiesta, da poliziotti sotto copertura, e spesso anche nelle "cover story" degli esperimenti di psicologia. Si pensi al famoso esperimento di Stanley Milgram sull'obbedienza all'autorità, in cui i soggetti dovevano infliggere scosse elettriche ad "allievi" come gli ordinava lo sperimentatore. Lì le scosse elettriche erano false, gli "allievi" erano in realtà complici dello sperimentatore, e le loro urla di dolore erano recitate. Ma grazie a questi inganni sono state scoperte verità impressionanti sull'animo umano.

VALUTAZIONI:

- (17) La terza parte dell'opera *Divina proportione*, pubblicata nel 1509 dal matematico Luca Pacioli è in realtà un plagio del *De corporibus regularibus* del suo maestro Piero della Francesca

Luca Pacioli fa passare per sua l'opera *Divina Proportione* per arrogarsene il prestigio – cioè provocare una valutazione positiva su sé stesso.

EMOZIONI:

- (3) La ricercatrice I partecipa a un concorso. La professoressa M sa che sicuramente I non vincerà, perché il posto per cui concorre è già destinato ad altri, ma decide di non dirlo ad I, in modo che lei partecipi al concorso con serenità e con grinta.

In questo caso lo scopo per cui la professoressa omette un'informazione rilevante per la ricercatrice è di provocarle emozioni positive di serenità e fiducia, o evitarle l'emozione negativa dello scoraggiamento.

AZIONI:

- (18) M, la mamma di P, invita a pranzo I, un amico di suo figlio, orfano, per cui prova un senso di protezione. I è vegetariano, ma M disapprova questa sua inclinazione e pensa che a un giovanotto fa bene mangiare spesso la carne. Per far sì che lui ne mangi, gli fa credere che le zucchine ripiene che ha preparato per pranzo non sono ripiene di carne, ma solo di uovo e pangrattato.

Qui M perpetra il suo inganno affinché I compia un'azione: mangiare la carne.

AZIONI SOCIALI:

- (19) Un bambino rompe un giocattolo e dice alla mamma che è stato il fratellino, di cui lui è geloso, perché lei lo punisca.

In questo caso il piccolo inganna per provocare un'azione sociale negativa della madre verso il fratello.

7. La banca delle bugie. Come analizzare un inganno

In uno studio empirico è stato costituito un database di 250 casi reali di inganno, raccolti dalla storia e dalla cronaca (Boffa, Pascucci, Poggi 1997). Nel *data-base* ogni caso viene narrato in forma discorsiva sintetica e classificato in base a 19 criteri di analisi, raggruppati in tre sezioni: scenario, struttura cognitiva e struttura scopistica.

Scenario. Si classificano i personaggi della scena di inganno (M, ingannatore, I, ingannato) e P, terze persone) in termini di età (adulto/bambino), sesso (uno o più maschi/una o più femmine/maschi e femmine) e rapporto di potere: >, M ha più potere di I, <, M ha meno potere di I, =, M e I hanno potere equilibrato.

Struttura cognitiva. Si classifica la struttura cognitiva dell'inganno analizzato, cioè le credenze oggetto dell'inganno e il loro tipo di manipolazione. L'**oggetto** dell'inganno, cioè l'argomento su cui verte: l'ingannatore può ingannare su se stesso (M), sull'ingannato (I), su terze persone (P), o infine sul Mondo (Mo), un argomento che non riguarda direttamente nessuno dei personaggi. Riguardo al **tipo di inganno**, si classifica ogni caso secondo le sei strategie di omissione, occultamento, falsificazione, mascheramento, negazione e falsa conferma. Infine, il **mezzo** usato per far sì che l'altro non assuma il vero o assuma il falso: verbale / non-verbale comunicativo / non comunicativo.

Struttura scopistica. Come per ogni azione od omissione di un organismo o sistema, anche per un inganno è possibile individuare la gerarchia di scopi. Nel *data-base*, la struttura degli scopi sottesi a ogni inganno è analizzata in base a tre criteri: 1) SFERA, 2) SCOPI, e 3) DESTINATARIO E VALENZA. La SFERA è l'ambito dell'esperienza in cui l'inganno viene compiuto: famiglia, amore, amicizia, immagine, emozione, conoscenza, norme, salute-vita, gioco, lavoro, denaro, proprietà, politica, guerra. Riguardo agli SCOPI dell'ingannatore, nel *data-base* ne vengono considerati al massimo tre livelli: SCOPO IMMEDIATO, SCOPO INTERMEDIO e META, e ognuno ha 12 valori possibili, cioè i 6 scopi appetitivi e i 6 aversivi visti sopra: provocare o evitare FATTI, CONOSCENZE, VALUTAZIONI, EMOZIONI, AZIONI O AZIONI SOCIALI.

Riguardo a questi scopi si può inoltre individuare il DESTINATARIO e la VALENZA. Ogni atto od omissione umana (non solo ogni inganno) ha una valenza positiva o negativa, cioè può essere pro o contro qualcuno, essere inteso ad avvantaggiare, danneggiare o difendere qualcuno. La VALENZA dell'inganno è se sia compiuto a vantaggio, a difesa o a danno di qualcuno, e il DESTINATARIO è colui che l'ingannatore vuole avvantaggiare, danneggiare o difendere: l'ingannatore, l'ingannato, altri o la Società. Siccome ogni scopo nella gerarchia di scopi dell'inganno può avere il suo specifico destinatario e la sua valenza, in ogni caso si individuano destinatario e valenza dello scopo immediato, dello scopo intermedio e della meta. Ad esempio l'inganno di Pacioli (es.17) e quello del biricchino che accusa il fratello (es.19) sono, rispettivamente, a vantaggio e a difesa dell'ingannatore: Pacioli intende procurare un vantaggio a se stesso, il ragazzo prevenire un'eventuale punizione. Sono invece, rispettivamente, a vantaggio e a difesa dell'ingannato, i casi dell'illusione concorsuale (es.3) e del comico che non vuole offendere (es.7). I casi del giornalista d'inchiesta (es.16) e dell'esperimento di Milgram li possiamo definire altruistici, perché mirano a procurare un vantaggio alla società, cioè acquisire conoscenze su comportamenti umani.

In base alle categorie presentate si può analizzare qualsiasi inganno in termini descrittivi ed

etici, stabilendo cioè anche se sia un inganno egoistico o altruistico, prosociale o meno.

11	2	3 M	4 I	5 P	6 Sfera e Tipo	7 S	8 SS	9 M	10 E/A/Ag.
16	Il giornalista Fabrizio Gatti si finge un lavoratore clandestino per portare allo scoperto il caporalato in Puglia	Gatti M A >	Caporale M A	Lavoratori clandestini M/F A <	lavoro Mascheram. CV: Gatti è un giornalista CF: Gatti è un lavoratore extracomunitario	Provocare Azione soc. di I verso M Danno di I a M	Conosc. Di M su P Vant. di M	Az. sociale pos. di Soc. x P Vant. di P	A
X X	Un ragazzo sa di essere positivo all'HIV, ma non lo dice alla sua ragazza.	Ragazzo M A >	Ragazza F A <		Amore Omissione CV: M è sieropositivo	Evitare Az. Sociale neg. Di I verso M (lasciarlo) Danno di I		Evitare emozione neg. Di M Difesa di M	E

Nella Tab.1, la col. 2 contiene l'esempio analizzato, 3, 4 e 5 i personaggi dell'inganno, 6 il tipo, da 7 a 9 lo scopo immediato, l'eventuale scopo intermedio e la meta, e la col.10 contiene la classificazione dell'esempio, in base alla valenza e destinatario dello scopo meta, come Egoistico, Altruistico o Aggressivo. Consideriamo egoistico un inganno la cui meta è a difesa o vantaggio dell'Ingannatore (M), altruistico se a difesa o vantaggio di altri, l'ingannato stesso (I) o terzi (P), aggressivo se il danno all'ingannato o a terzi non è lo scopo immediato o intermedio ma la meta, cioè non è ad esempio solo strumentale a un proprio vantaggio o difesa: diciamo, malvagità pura, danno ad altri fine a sé stesso.

Nell'esempio del giornalista d'inchiesta (16) Gatti è M, il caporale sotto cui Gatti lavora è l'Ingannato I, e gli altri lavoratori sono P. L'inganno è relativo alla sfera del lavoro ed è un mascheramento (col.6) perché la Credenza Vera che Gatti in realtà è un giornalista viene occultata dalla Credenza Falsa che anche lui sia un lavoratore extracomunitario. Lo scopo immediato di Gatti (col.7) è che il caporale si senta libero di poterlo maltrattare come fa con gli altri (Azione sociale negativa di I verso M, e quindi eventuale danno a M); lo scopo intermedio (col.8) è che sia resa nota la condizione dei lavoratori extracomunitari in Puglia, cioè provocare credenze di M su P; e la meta (col.9) è che si possa fermare il caporalato: azione sociale positiva della Società verso i lavoratori P. Qui Gatti, se si sobbarca l'eventualità di essere personalmente danneggiato dai maltrattamenti del caporale, lo fa per gli ulteriori scopi di conoscere meglio la situazione (un suo vantaggio, quindi uno scopo in qualche modo egoistico), ma ciò affinché la situazione dei lavoratori extracomunitari possa cambiare. Se quindi lo scopo immediato è addirittura masochistico – se non lo cerca, comunque prevede un eventuale danno a sé stesso – e quello intermedio è finalizzato a una propria soddisfazione di acquisizione di credenze, lo scopo meta è altruistico perché mira a un vantaggio per altri

da sé.

Nell'esempio X, invece, il ragazzo ingannatore omette di far sapere la sua sieropositività alla ragazza per impedirle di pensare di lasciarlo (scopo immediato), e così difendere se stesso dall'emozione negativa dell'essere abbandonato (scopo meta). Qui il danno alla ragazza (diventare anche lei sieropositiva) è messo in conto, diciamo così, come effetto collaterale dello scopo di non essere lasciato, ma non è la meta dell'inganno perpetrato, che per ciò si può classificare (col.10) non come inganno Aggressivo ma semplicemente Egoistico.

8. Gli inganni a fin di bene

Oltre agli inganni egoistici e a quelli "a fin di male" (aggressivi), esistono anche gli inganni "a fin di bene", in cui la persona che cerchiamo, con l'inganno, di difendere o avvantaggiare non siamo noi ma altri. Su questi dobbiamo tener presente che, seppure a fin di bene, sono a tutti gli effetti degli inganni, e in quanto tali in ogni caso violano il diritto dell'altro alla verità. Per questo quando ne incontriamo dobbiamo prima chiederci se sono davvero atti di inganno, poi semmai determinarne l'accettabilità etica o la gravità relativa. Inoltre, anche una volta stabilito che nell'intenzione un inganno è a fin di bene, ciò non implica affatto che poi i suoi effetti non possano essere dannosi (un aspetto che qui non trattiamo).

In inglese e in altre lingue si chiamano "bugie bianche" quelle considerate meno gravi, in genere perché a fini di cortesia. Ma queste sono solo una piccola parte della cosiddette "bugie a fin di bene". Vediamo di fare ordine in questo vasto campo di azioni, piuttosto frequenti nella vita quotidiana.

Innanzitutto, non sono solo bugie ma più in generale "inganni a fin di bene", perché a volte per eseguirli basta omettere o nascondere (come quando non dici alla tua amica che ieri il suo ex ragazzo si è sposato). Definiamo allora "**inganni prosociali**" quelli la cui meta è a difesa o a vantaggio di altri, cioè dell'ingannato o di terzi. Ad esempio:

- (20) L'insegnante M lascia credere al rappresentante di libri scolastici I che adotterà il libro da lui proposto. In realtà lui non ha intenzione di adottarlo, ma glielo lascia credere per farsi dare il poster didattico promesso in caso di adozione

Qui l'insegnante M inganna il rappresentante I, ma il suo scopo finale è un vantaggio di terzi: permettere ai suoi studenti di usufruire di un ausilio didattico in più.

Un sottocaso degli inganni prosociali sono gli "inganni tutori", quelli in cui la meta è a vantaggio o a difesa dell'ingannato. Come il caso dell'ex ragazzo che si sposa, ma anche la vaghezza di un oncologo nell'illustrare al paziente il decorso della sua malattia.

8.1. Inganni tutori

Gli inganni tutori, cioè finalizzati all'interesse dell'ingannato, si possono distinguere in base al loro scopo. Alcuni sono finalizzati ad evitare che l'ingannato compia un'azione che andrebbe a suo danno (EA- = **Evitare Azione Negativa**).

- (21) ho detto a mia figlia che i biglietti per un concerto rock erano finiti perché ho ritenuto quel contesto poco raccomandabile per la sua incolumità

Altri mirano a provocare un'azione dell'ingannato positiva per lui (PA+ = **Provocare Azione Positiva**)

- (22) Quando io avevo 6 anni e mio fratello 3 il pomeriggio lui doveva riposare almeno un paio d'ore però non voleva riposare. Così mia mamma mi diceva di far finta di dormire davanti a mio fratello così se lui vedeva che io dormivo si addormentava

Anche gli insegnanti (anzi, specialmente le insegnanti, Catini 2019) compiono molti inganni tutori, ad esempio quando alla mensa decantano con espressioni di apprezzamento gustativo i cibi propinati a mensa agli studenti, per incoraggiarli a mangiare.

Molto frequenti sono gli inganni che mirano a **evitare emozioni negative** (EE-) all'ingannato. A evitare dolore:

(23) Il mio cane è morto ma siccome ero piccolo i miei genitori mi avevano detto che lo hanno lasciato in campagna con altri animali

O preoccupazione:

(24) Ho dovuto dire a mia madre di non farmi il regalo di Natale perché non avevo bisogno di niente, invece avevo bisogno di soldi, l'ho fatto per non farla preoccupare

Questo è un inganno tutorio davvero altruistico; a differenza di altri (molto frequenti), in cui resta il dubbio che il non voler far preoccupare il partner o il genitore sia in fondo finalizzato a godersi meglio la serata o il viaggio, o ad aggirare proibizioni:

(25) Quando ero giovane ho ingannato mio padre, per non farlo preoccupare, ho dichiarato di essere in Puglia in vacanza mentre in realtà mi trovavo a creta .

Ma s'inganna anche per evitare che l'ingannato si senta in colpa o in debito

(26) Una parente mi chiede se ho tempo e voglia di curare il suo bambino. Nonostante debba studiare e non abbiamo molta voglia di curare il piccolo, decido di rendermi disponibile dicendo di non avere nulla da fare, sapendo però di fare un grande favore alla mamma del bambino, davvero impossibilitata nel tenere il bambino quel determinato giorno

O per evitargli gelosie

(27) Era estate ed ero invitata a casa di un mio ex fidanzato. Ho detto al mio attuale ragazzo che stavo andando a casa sua non specificando che fosse un mio ex fidanzato.

Fra gli inganni che mirano a **provocare emozioni positive** (PE+), i più usati sono Babbo Natale e la festa a sorpresa, o le sorprese in genere. Più rari quelli finalizzati ad altre emozioni, come la felicità.

(28) Ho detto a mia madre che avevo preso un bel voto a un compito solo perché era il suo compleanno per farla felice in realtà avevo preso 4

8.2. Inganni per la faccia

Un tipo di inganni tutori volti ad evitare emozioni negative e provocarne di positive sono quelli relativi all'immagine: molte omissioni e bugie puntano a provocare emozioni positive dell'immagine (orgoglio, sicurezza di sé, soddisfazione), o evitarne di negative (vergogna, insicurezza, avvilitamento, senso di esclusione).

Classica quella dell'insegnante:

(29) La maestra, nel vedere lo scarabocchio fatto dal bambino, gli dice che è bellissimo.

finalizzata a incoraggiarlo facendolo sentire più sicuro delle proprie capacità. Ma anche non parlare a un'amica di una festa a cui vai e a cui lei non è invitata per evitarle l'emozione negativa dell'esclusione. Ancora, si evita la vergogna dell'immagine corporea o di sentirsi un incapace o una compagna molesta

(30) Quando ho detto a mia zia che le stava bene la sua nuova pettinatura ma non era vero

(31) Una volta a cena da un'amica le ho detto che il suo arrosto era delizioso perché sapevo che si era impegnata molto per farlo, quando invece era quasi immangiabile

(32) Un mio amico solitamente mi contatta in momenti inappropriati e per non dovergli dire sempre no adesso non mi va di uscire mi sento quasi obbligato a rispondergli con qualche bugia.

Queste sono tipicamente bugie cortesi: si attuano "inganni di cortesia" per non offendere l'altro, cioè evitargli emozioni negative dell'immagine.

9. A caccia di bugie

Dati gli effetti dirompenti dell'inganno nell'interazione sociale, le persone cercano di scoprire inganni e ingannatori. Devono imparare a farlo specialmente poliziotti, investigatori, giudici, ma serve a tutti capire quando uno non ci dice la verità: dal venditore che ci garantisce la sua merce al partner che promette amore eterno. Ma questa capacità è innata o si può imparare? Alcuni nascono avvantaggiati, hanno uno speciale intuito per capire se c'è qualcosa che l'altro non dice; ma lo si può anche imparare (Ekman, Frank, O'Sullivan 1997).

Dalla metà del novecento sono state condotte varie ricerche su quali indizi ci dicono che qualcuno ci inganna, basate sul principio che ingannare è un comportamento moralmente disapprovato e in un certo senso "non previsto" (la cosa "normale" è dire la verità), e questo ha conseguenze cognitive, emotive e comunicative.

Dal punto di vista cognitivo, ingannare implica un carico cognitivo più pesante rispetto al dire la verità. Per Zuckerman, De Paulo, Rosenthal (1981) la menzogna è cognitivamente più complessa perché il bugiardo deve creare dettagli credibili, evitare incongruenze logiche e non contraddire ciò che l'ascoltatore sapeva in precedenza. Questo richiede un "multitasking", la necessità di lavorare su due o più compiti cognitivi contemporanei (uno di produzione della bugia e uno di controllo) che possono rallentare il processo o renderlo più esposto ad errori. Per capire se una persona stia mentendo quindi bisogna rendere più difficile la comunicazione del soggetto. Se pensi che ti stia raccontando una storia inventata, fagliela raccontare cominciando dalla fine; se non è vera, farà più fatica a ricordare cosa esattamente ti ha detto, mentre se lo è deve solo rievocare con la memoria un evento reale. Oppure puoi chiedergli di darti più informazioni: una storia inventata in genere manca di dettagli e fornirli richiede uno sforzo maggiore.

Dal punto di vista emotivo, quando una persona inganna può provare alcune particolari emozioni: imbarazzo, vergogna o senso di colpa perché sta compiendo un'azione riprovevole; paura di essere scoperta; contentezza, eccitazione o divertimento perché sta riuscendo a "darla a bere" alla vittima. A volte queste emozioni sono espresse spontaneamente dalla faccia, magari non con l'intero pattern di azioni muscolari ma con "microespressioni", cioè frammenti di quelle azioni facciali; e allora quei movimenti diventano indizio di quelle emozioni e permettono di inferire la presenza di un inganno: ad esempio se A si tocca spesso i capelli B può inferire che prova imbarazzo e concluderne che sta ingannando. Paul Ekman (1985), esperto di emozioni e delle loro espressioni facciali, ha inaugurato lo studio di come tali indizi traspaiono dalla faccia dell'ingannatore (Poggi, Niewiadomski, Pelachaud 2008).

Dal punto di vista comunicativo, particolarmente dalle modalità corporee possono sfuggire indizi d'inganno: gli inganni sono smascherati specialmente dalla contraddizione fra segnali: il Mittente produce un segnale ingannevole, cioè portatore di una Credenza Falsa che lui consapevolmente intende comunicare, ma – quasi vi fosse una tendenza irresistibile a dire il vero – allo stesso tempo o subito dopo produce involontariamente (lascia trapelare), un segnale che ha come significato la Credenza Vera. Da questa contraddizione il Ricevente capisce che il Mittente inganna.

Capitolo 10

Giochi comunicativi

1. Comunicazione letterale e non letterale

C'è un modo di comunicare che presumibilmente usiamo solo noi umani, perché richiede, sia in chi lo produce sia in chi lo deve capire, un'elaborazione cognitiva piuttosto sofisticata: la comunicazione non-letterale.

Per significato **letterale** s'intende il significato che può essere attribuito a un segnale o combinazione di segnali (una frase, una parola, uno sguardo, un gesto, un'emoji) in base alle regole del suo sistema di comunicazione (una lingua, un lessico di gesti o altro). Il significato **non letterale** di un segnale o combinazione di segnali è un significato che si può ricavare per inferenza dal significato letterale (Cap.6). Ad esempio, in una parola usata in senso metaforico, in una frase ironica, c'è sempre un collegamento con il loro uso letterale. Se dico:

(1) *Ho un mare di cose da dirti,*

si può capire che parlo di "una grande quantità" di cose da dire; se sotto un acquazzone dico

(2) *Bella giornata, vero?*

Puoi capire che intendo "brutta giornata!".

Nella **comunicazione non letterale** il significato che il Mittente vuole far capire al Destinatario è diverso da ciò che letteralmente comunica, ossia da ciò che si desume dal significato dei singoli segnali e/o della loro costruzione sintattica); ma il Mittente vuole che il Destinatario lo inferisca.

Possono avere un significato non-letterale sia interi atti comunicativi, come "*Bella giornata!*" in (2), che singoli segnali, come "*mare*" in (1); e come per gli atti comunicativi indiretti (Cap.6), anche per i segnali singoli il significato può essere idiomatico o creativo. Quello dell'atto comunicativo indiretto

(3) *Puoi passarli il sale?*

è un **significato non letterale idiomatico** perché l'inferenza necessaria per comprenderlo a partire dal significato letterale è obbligata, per cui il significato non-letterale è sempre lo stesso, ormai rappresentato in memoria. Se dico invece

(4) *Ma che, ti stai mangiando tutta la Nutella?*

posso voler rimproverare l'ascoltatore sulla sua trasgressione della dieta, oppure invitarmi al banchetto; il **significato non letterale** è "**creativo**" perché le inferenze necessarie per dedurre questi due significati differiscono a seconda del contesto.

La stessa differenza fra significati non-letterali idiomatici e creativi la troviamo in singole parole. I significati metaforici (Cap.8) di alcune parole in certi contesti, come "*collo di bottiglia*" (un RESTRINGIMENTO, ma non di una parte del corpo) o "*un mare di lacrime*" (una GRANDE QUANTITÀ, ma non di acqua salata) sono idiomatizzati, cioè inseriti nel lessico (anche) con quel particolare significato; per questo si chiamano "metafore morte".

Il **significato non-letterale** di una parola (o un gesto o altro segnale) è invece **creativo** quando in ogni contesto i significati che si ricavano da quello letterale sono diversi. Se dico "*il tappeto di conoscenze della mia mente*", si capisce che con *tappeto* qui non intendo un "manufatto su cui si cammina, di tessuto a trama compatta", ma solo una TRAMA COMPATTA, una serie strettamente interconnessa di conoscenze che fanno da BASE SU CUI POGGIARE altre conoscenze. Ma diversamente da *collo di bottiglia*, questa metafora non è idiomatizzata come un secondo significato della parola *tappeto*: è una metafora creativa.

Gli *idioms*, o espressioni idiomatiche, sono un caso particolare di segnali con significato non-letterale idiomatizzato. Un **idiom** è una sequenza di parole che ha la funzione di una parola singola (verbo, aggettivo...), ma il cui significato non si può dedurre dalla combinazione delle parole che la costituiscono: *tirare le cuoia* ha il significato del verbo “morire”, *a spron battuto*, dell’avverbio “velocissimamente”, *senza grilli per la testa*, dell’aggettivo “serio”.

2. Le figure retoriche

Le figure retoriche sono un caso particolare di significato non letterale. Una **figura retorica** è un uso di una parola o di un segnale corporeo (un gesto, uno sguardo), di una frase o di altro atto comunicativo, in cui il significato che il Mittente vuole comunicare è diverso da quello letterale, ma è collegato ad esso da una particolare regola d’inferenza. E’ un tipico caso di “recitazione” (Cap.9), in cui cioè il Mittente comunica qualcosa di diverso da ciò che crede vero, ma non sta ingannando perché vuole che questo il Destinatario lo capisca: come un attore che sul palco impersona un personaggio, ma tutti sanno che lui è solo l’interprete e non il personaggio.

Poiché le figure retoriche sono segnali o atti comunicativi usati con un significato “traslato”, cioè spostato, diverso da quello che hanno di norma, si distinguono per il tipo di deviazione che imprimono al significato letterale. Vediamone alcune.

2.1. Similitudine

Si ha una **similitudine** quando una proprietà di una entità viene attribuita ad un’altra entità, stabilendo fra queste una somiglianza: come in

(5) *Questo bambino è forte come un torello.*

Metto a confronto due entità X e Y che appartengono a domini diversi della realtà, qui un bambino e un torello; vi individuo una somiglianza, cioè una proprietà p che si può attribuire a entrambe (l’essere molto forte); e rimarco la somiglianza attraverso un’espressione comparativa:

(6) “X è p come un Y”.

In (5), *come* esplicita la somiglianza fra il bambino e il torello, p è la proprietà in cui si assomigliano (la forza); ma si deve capire grazie alle credenze condivise che la somiglianza è nell’intensità di forza. Prendiamo una similitudine dei Promessi Sposi:

(7) *Questo nome fu, nella mente di Don Abbondio, come nel forte d’un temporale notturno, un lampo che illumina momentaneamente e in confuso gli oggetti, e accresce il terrore.*

Manzoni individua una somiglianza fra il nome di Don Rodrigo e un lampo notturno. Le proprietà del lampo su cui assimila due entità così distanti, un uomo e un evento atmosferico, sono la capacità di far capire tutto in un attimo, seppure in maniera confusa, e di terrorizzare.

2.2. Metafora

La **metafora** (da *metà fero* = trasporto oltre, trasferisco) è considerata fin dalla retorica classica una similitudine implicita. Se dalla similitudine (5) togliamo sia la proprietà (*forte*) sia la comparazione (*come*), ciò che resta è una metafora:

(8) *Questo bambino è un torello:*

una nuova espressione che ‘condensa’, ‘cortocircuita’ la somiglianza individuata, affermando addirittura un’identità fra l’entità X (il bambino) e l’entità Y (il torelo): fa rientrare l’uno nella classe dell’altro, in virtù di quella proprietà (la forza) che entrambi condividono. Ma per stabilire una corrispondenza fra le due entità, che appartengono a domini disparati (l’uno alla categoria degli umani, l’altro a quella dei bovini), l’unico modo per vederli come simili è rendere non valida, cancellare una proprietà che caratterizza il primo (il bambino), di essere un UMANO (Orletti e Castelfranchi, 1975). Solo così si possono trasferire le caratteristiche di forza fisica tipiche di un giovane toro su un cucciolo di uomo. Queste le operazioni necessarie alla comprensione sia della metafora che della similitudine; ma la metafora è di meno immediata comprensione della similitudine perché nella prima vengono lasciati impliciti, non solo la comparazione (non c’è più il *come*), ma anche l’attributo da trasferire (*forza*): tocca al Destinatario capire cosa un bambino possa avere in comune con un torelo.

Anche nei gesti ci sono figure retoriche. Fra i gesti metaforici, *battersi la mano sul petto, col palmo in giù e le dita che si toccano* vuol dire “mi sta qua”, “non lo digerisco” (Fig. 1); ma ciò che non si digerisce non è un cibo, è una persona: significa, metaforicamente, “non lo sopporto”; se “digerire” vuol dire accettare qualcosa da un punto di vista fisiologico, qui l’accettazione è sul piano psicologico, caratteriale. La *mano a pugno che batte sul palmo dell’altra mano* (Fig.2), letteralmente “duro”, ha due letture metaforiche vicine, “stupido” e “testardo”. Il significato metaforizzato, cioè trasferito da un ambito percettivo a uno mentale, è di qualcosa “difficile da penetrare”, applicato qui, rispettivamente, a qualcuno duro di comprendonio (“stupido”) o duro da convincere (“testardo”).

Figura 1. “Mi sta qua”



Figura 2. “duro”
 (“stupido” o “testardo”)



2.3. Metonimia

La **metonimia** è una figura retorica in cui si menziona un oggetto X per riferirsi a un altro oggetto Y che gli è semanticamente connesso, ad esempio perché X è parte di una definizione o descrizione di Y, o è qualcosa di prodotto o causato da Y. Ad esempio “*Le piace Brahms?*” sta per “Le piace la musica composta da Brahms?”: si intende la musica (Y) ma si nomina il suo autore (X). O “*Facciamo una skype?*” Per dire: “Facciamo una riunione sulla piattaforma skype?”.

Fra i gesti (Cap.12), quello della Fig. 3

Figura 3. “morto”



che significa “morto”, è costituito da una croce disegnata nell’aria: il concetto “morto” è dunque caratterizzato, definito, come “uno che il prete benedice con una croce”, o “uno che è sepolto sotto una croce”.

2.4. Sineddoche

La **sineddoche** si può considerare un tipo di metonimia, in cui il significato letterale e quello indiretto (l’oggetto o qualità esplicitato e quello inteso) sono collegati in un modo più specifico che nelle altre metonimie, ad esempio attraverso una relazione parte/tutto, oggetto/funzione, contenente/contenuto, oggetto/materiale di cui è fatto. I “*bronzetti*” sono “piccole sculture di bronzo”; “*i legni*” è un termine aulico per “navi”; i “*fiati*” sono gli “strumenti che si suonano a fiato”. Per indicare l’oggetto X (la scultura o la nave) indico il materiale X (bronzo o legno) di cui Y è fatto. Nel gesto della Fig. 4

Figura 4. Prigione



che significa “prigione”, ciò che è letteralmente significato, in quanto rappresentato dalle dita, sono le sbarre, cioè una parte della prigione: la parte (X, le sbarre) è usata per significare il tutto (Y, la prigione). Il gesto della Fig.5

Figura 5. Sbrigati



contiene una doppia sineddoche: *l'indice destro che indica il polso* sinistro significa "orologio" (dal luogo all'oggetto), ma indicare l'orologio significa chiedere di affrettarsi (dall'oggetto alla funzione).

2.5. Iperbole

Iperbole vuol dire esagerazione. Si ha un significato iperbolico quando il significato letterale esagera rispetto a quello inteso. Dicendo "*Aspetta un attimo*" o "*È un secolo* che non ci vediamo" esagero, in diminuzione o in aumento, l'intervallo di tempo di cui parlo. X (il significato letterale, attimo o secolo) è sostituito a Y (il significato inteso, in realtà più lungo o più breve di X).

L'iperbole è usata spesso nei gesti aggressivi, osceni o di minaccia: ad esempio, nel gesto di minaccia "ti faccio un c.... così" il diametro mostrato dalla distanza delle mani è molto più ampio del realistico.

2.6. Eufemismo: indorare la pillola

Le parole possono provocare forti emozioni negative, come paura, vergogna, umiliazione, disgusto; ma il nostro bisogno di non soffrire ci induce a cercare di difendere noi stessi e gli altri da queste emozioni spiacevoli, per il sincero desiderio di non ferire gli altri, o per cortesia, o per evitare conflitti. Per questo si usa l'**eufemismo**, una figura in cui si usa un segnale che ha un significato letterale gradevole, discreto e poco aggressivo per mascherare un significato inteso che è al contrario crudo, sgradevole, offensivo. Si dice *un brutto male* al posto di *tumore*; la *patatina* per intendere l'organo femminile. Da molto non si dice più *serva* ma *Colf*, né *spazzino* ma *operatore ecologico*. Qui Y – il significato "vero" – è portatore di valutazioni ed emozioni negative e per evitare di spaventare, disgustare, offendere si comunica al suo posto X, che minimizza valutazioni ed emozioni o copre le negative con altre positive.

L'eufemismo nasce dal fatto che in ogni cultura vi sono aree di significato coperte da tabù comunicativo, cose di cui non si deve parlare (Galli de' Paratesi, 1969). Ecco, con le emozioni che suscitano e relative parole eufemistiche e non.

Morte e malattia (paura): *Morto, ci ha lasciato; Cancro, brutto male, sifilide, malattia inconfessabile*

funzioni sessuali ed escretorie (vergogna): *fica, vagina; cacca, deiezioni*

denaro (imbarazzo): *paganti, solventi*

ruolo sociale (vergogna): *serva, colf; spazzino, operatore ecologico*

capacità intellettive (vergogna): *idiota, diversamente abile*

etnia (offesa): *negro, di colore*

Per creare un corrispondente eufemistico di una parola tabuizzata, ad esempio, nell'area sessuale si usano parole infantili (*pisello*) o seri termini anatomici (*organo maschile*); per il denaro, forme di attenuazione come i diminutivi (*soldini*).

Ma sterilizzare completamente la valutazione o emozione negativa insita nelle parole è una missione impossibile: si inventa una parola nuova per sostituire quella troppo sgradevole ma dopo un po', quando quella nuova si idiomatizza, inevitabilmente si logora, si carica dei contenuti negativi della prima: sotto la *colf* trovi ancora la *serva*, dietro la *nettezza urbana* vedi ancora la *mondezza*.

2.7. Disfemismo

Il **disfemismo** è l'opposto – iperbolico – dell'eufemismo: usare deliberatamente una parola o espressione particolarmente cruda o insultante, in genere per ragioni di provocazione. In un litigio fra coniugi sul bilancio familiare, lui dice:

(9) Insomma, io devo *farmi un culo* con gli straordinari perché tu possa *pagarti la serva*! Le parole disfemistiche usate portano dei significati X da cui, sottraendo il potenziale di aggressività indotto dalla rabbia del Mittente si può ricavare il vero significato Y

(10) Insomma, io devo *lavorare molto di più* perché tu possa *permetterti un aiuto domestico*.

Qui si vede chiaramente che nelle figure retoriche il significato letterale X usato per far inferire il significato inteso Y in realtà finisce per accogliere alcuni componenti semantici che di fatto arricchiscono anche il significato inteso. Un termine disfemistico, oltre a contenere il componente “tecnico” da trasferire sul significato indiretto (qui, LAVORO SOVERCHIO e AFFATICANTE e PERSONA CHE PER PROFESSIONE AIUTA NELLE FACCENDE DI CASA), contiene componenti semantici quali AGGRESSIVITÀ COMUNICATIVA o ATTEGGIAMENTO SPREZZANTE. E' questo il portato delle “brutte parole” o “turpiloquio” (Cap.34). Ogni parolaccia infatti contiene nel suo significato componenti di aggressione comunicativa, lo SCOPO DI DANNEGGIARE l'interlocutore.

Frequenti i disfemismi nella modalità gestuale, forse perché i gesti sono storicamente un sistema di comunicazione su cui si scaricano i messaggi che si vogliono tenere nascosti o trasmettere più discretamente, perché più sanzionati in quanto scorretti, osceni, volgari o solo scortesi. I gesti, percepibili solo da chi abbiamo davanti, diversamente dalle parole che si sentono tutto intorno a noi, diventano, specialmente per i popoli oppressi da invasori, un codice segreto compreso solo dagli autoctoni, utilizzabile anche per comunicare cose proibite. Fra i gesti disfemistici, classico il “gesto dell'ombrello”, *la mano batte sull'incavo dell'altro gomito, che si flette, alzando l'avambraccio*: un gesto fallico, che esprime soddisfazione per aver vinto o rintuzzato un avversario, e al tempo stesso lo maledice, lo manda a quel paese (Cap.34).

2.8. Litote

La **litote** è una figura che esprime un significato Y negando il significato opposto X. Posso dire “*non poche persone*” per intendere “molte” persone; come se il Mittente non avesse il coraggio di dire una certa cosa perché ciò implicherebbe prendersene troppo la responsabilità, e allora la attenua, osando solo dire che non è il contrario di così. Per questo la litote è spesso eufemistica, cioè un modo attenuato e cortese di esprimere valutazioni negative. Esempio classico: “*Non è un Einstein*” per far intendere che uno è abbastanza stupido. Si nega l'opposto, ma spesso un opposto iperbolico, per attenuare la perentorietà del giudizio: negando il valore massimo di una quantità lascio aperta la possibilità di un valore anche di poco inferiore; se uno “non è un Einstein”, gli resta ancora un margine prima di essere considerato un cretino.

2.9. Allusione

Alludere è un atto comunicativo con cui il Mittente ha lo scopo di far capire al Destinatario che intende riferirsi a una credenza che non vuole menzionare esplicitamente ma dà per certo

sia fra loro condivisa, e chiede al Destinatario di recuperarla dalla sua memoria per farne oggetto di discorso. Tuttavia, la credenza in questione il Mittente non la menziona esplicitamente, ma la può solo “evocare”, cioè richiamarla dalla memoria facendovi riferimento in modo velato o indiretto.

E’ allusivo il direttore del coro quando commenta:

(11) *C’è qualche soprano che strascica le finali...*

Non può dire chi siano le colpevoli per non svergognarle in pubblico; ma vuole che almeno loro capiscano che proprio a loro si riferisce.

Un gesto allusivo è quello della *mano a palmo in su con l’indice che si muove avanti e indietro come un uncino*, che significa “vieni qui”; ma con una sfumatura minacciosa o maliziosa, come a dire “vieni qui che poi ti faccio vedere...” qualcosa di bello o di brutto. (Fig.6)

Figura 6. Vieni qui



Ma come si fa ad essere allusivi? Che significa comunicare velatamente? Fra gli strumenti per l’allusione vi è la vaghezza linguistica, come in (11), in cui il pronome indefinito *qualche* fa capire che si parla di almeno uno ma non di quanti né di chi esattamente. Poi la vaghezza percettiva, come quella che ha fatto gridare allo scandalo per allusioni sessuali nel film Disney “Il re leone”, solo perché in modo evanescente sul cielo africano sembra compaia la scritta “sex”. Tipico anche l’uso dell’ambiguità, come in “Lo facciamo sui letti e sui divani” con cui un negozio di arredamenti promette lo sconto. Si intende il significato Y (sconto) della stessa parola o frase, ma la si costruisce in modo ambiguo, così da rendere quasi più saliente la lettura più osée (l’amore), alludendo proprio a quella.

Un caso di allusione sono le “citazioni” nelle canzoni, nelle opere, nei film. Ad esempio, l’autocitazione di Mozart che nel Don Giovanni fa riecheggiare il “farfallone amoroso” delle Nozze di Figaro; o le citazioni della “Dolce vita” di Fellini nella “Grande Bellezza” di Sorrentino: in questi casi l’autore, citando un altro o se stesso, allude ad altri contenuti che non esplicita, li evoca e induce lo spettatore a recuperarli dalla memoria; così il suo nuovo contenuto si arricchisce anche di quelli citati.

2.10. Ironia

L’**ironia** è una figura retorica in cui il Mittente di un atto comunicativo ha lo scopo letterale di comunicare un significato X, ma attraverso tale significato ha il sovrascopo di comunicare un significato Y che è contrastante, spesso addirittura opposto, rispetto a X: per questo l’ironia è spesso “antifrastica” (dal greco *anti* = opposto + *phrasis* = dire). Dunque l’ironia è un atto

comunicativo indiretto: il suo vero significato è diverso da quello letterale, e deve essere compreso attraverso inferenze dal Destinatario. Come tutte le figure retoriche, è un caso di “recitazione”, un atto in cui il Mittente dice una cosa intendendone un’altra, ma il suo è un inganno rivelato perché il Destinatario sa che ciò che viene detto è diverso da ciò che è inteso (Cap.9).

Un atto comunicativo ironico può riguardare un evento, un oggetto o una persona, che può essere il Destinatario, o terzi, o il Mittente stesso, nell’ autoironia. E molto spesso ha un contenuto valutativo, cioè sia il significato letterale sia di conseguenza quello indiretto, esprimono esplicitamente, o fanno inferire, una valutazione. Quando l’ironia è antifrastica, cioè il significato indiretto (ironico) è l’opposto di quello letterale, se il significato letterale è positivo (ad esempio di lode), quello ironico è negativo (di rimprovero), e viceversa. Se uno a pranzo ti schizza di pomodoro la tua camicia nuova, dirgli “*Bravo, complimenti!*” è apparentemente una lode, ma in realtà un rimprovero (ironia sarcastica). Se invece hai appena discusso brillantemente la tua tesi e un amico ti dice “*Puah, che schifo di lavoro che hai fatto!*”, apparentemente è una critica, in realtà un complimento (ironia bonaria) (Anolli 2006).

Oltre alle funzioni comuni ad altre figure retoriche, come quella di un gioco sofisticato d’intelligenza, l’ironia può avere anche la funzione di far ridere, per alleggerire situazioni di paura o disagio, ma anche per scopi aggressivi, come ridicolizzare e prendere in giro.

2.11. Capire l’ironia

L’ironia è un caso di “recitazione” e non di inganno perché il Mittente fa capire al Destinatario che sta comunicando credenze opposte a quelle che crede vere. Ma come avviene la comprensione dell’ironia? Per coglierne il significato indiretto, il Destinatario deve compiere due passaggi: prima capire che il Mittente intende essere ironico (**allertamento** all’ironia: Attardo et al., 2003) – e poi deve inferire il significato ironico a partire dal significato letterale (**comprensione** dell’ironia).

Allertamento. Il Mittente può “allertare” il Destinatario sul proprio intento ironico in quattro modi.

Una prima tecnica di allertamento all’ironia è la **metacomunicazione**: uno specifico segnale di ironia dedicato che metacomunica, cioè comunica sulla propria comunicazione “sto facendo dell’ironia”, “sono ironico”. Si può dire “*sto scherzando*” o “*lo dico ironicamente*”, o fare un sorrisino ironico (*sorriso asimmetrico* in cui s’innalza solo uno degli angoli della bocca), mettere la *lingua nella guancia*, che la fa gonfiare dall’interno (Almansi 1984; Attardo et al. 2003). O ancora sintagmi aggiunti alla frase, come “*diciamo*” o “*per così dire*”, che avvertono che la frase o il termine appena pronunciato non si devono interpretare in senso letterale; segnali facciali come “*mordersi e succhiarsi il labbro inferiore*”, “*strizzare l’occhio*” che metacomunicano un’allusione a qualcosa; o la “*blank face*”, una faccia totalmente ma ostentatamente inespressiva che segnala un intento umoristico. L’Emoji 😏, che facendo l’occholino (Cap. 14) metacomunica un intento allusivo, è un equivalente grafico dei segnali metacomunicativi generici che comunicano solo “c’è qualcosa in più che voglio comunicare”, e non specificamente “sono ironico”. Tipico, anche, un segnale prosodico o intonativo, come un *ritmo del parlato più lento o scandito* del solito o un *forte contrasto di altezza tonale* nella stessa frase (prima molto bassa, poi molto alta). Altre volte, all’opposto, l’*intonazione* che

allerta all'ironia è particolarmente *monotona*; o *si accentuano molte più sillabe* del solito, conferendo un tono esageratamente enfatico a ciò che si dice (Attardo et al., 2003).

Un altro modo per far sì che il Destinatario non creda al significato letterale di una frase è la **paracomunicazione** (dal greco *parà* = "vicino", mentre *metà* vuol dire "sopra, riguardo a"): il Mittente produce un atto comunicativo verbale o corporeo, contemporaneo o simultaneo a quello ironico, che dà un'informazione parallela ma contrastante, che insospettisce il Destinatario sulla credibilità dell'intero atto linguistico.

(12)

Aldo: *Io vorrei un po' di peperoni!*

Giacomo: *Sempre in mente di quei piatti leggeri questo qui: pasta di melanzane, pane panelle patate fuggiute... Mhm! (interiezione di disgusto).*

Qui il significato dell'aggettivo "*leggeri*", attribuito al piatto chiesto da Aldo, contrasta con gli esempi elencati da Giacomo, ma anche col segnale paracomunicativo che esprime disgusto. Quando il segnale paracomunicativo è in un'altra modalità può essere anche simultaneo all'atto ironico.

(30)

La mamma aiuta il figlio a fare i compiti: "Ora facciamo l'esercizio 167. Poi faremo anche il numero 168". Il figlio, esprimendo noia e tristezza rassegnata con la faccia e con la voce, dice: "*Non vedo l'ora...*"

Le parole denotano interesse ed entusiasmo, ma il comportamento facciale – *capo obliquo, occhi che guardano in basso a sinistra*, distolti sia dal libro sia dalla madre – esprimono noia e repulsione: sentimenti opposti all'entusiasmo.

In tutti i casi di paracomunicazione la prima impressione del Destinatario è di incongruenza, il che rende impossibile ogni interpretazione, ma al tempo stesso allerta all'ironia. Solo allora si può interpretare la frase, confrontando i due significati opposti e decidendo, sulla base del contesto extra-comunicativo (ad esempio, la madre sa che il figlio odia fare i compiti), quale appare più plausibile.

A volte infine non è necessario **nessun segnale** per allertare all'ironia, perché tutto il lavoro lo fa il contesto: se mentre passeggiavo con un amico scoppia un temporale e infradicia entrambi, posso dire "*Bella giornata, vero?*" e lui certo capirà che sono ironico. Qui per allertare all'ironia basta la contraddizione patente fra le credenze comunicate e quelle condivise perché acquisite dal contesto.

Comprensione dell'ironia. Una volta compreso che un atto comunicativo va interpretato come ironico, il Destinatario deve capire il significato realmente inteso dal Mittente, recuperandolo inferenzialmente dal significato letterale. Per l'ironia antifrastica, questo si fa invertendo il significato letterale e ricavandone il significato l'opposto. Se faccio il gesto di applaudirti (Fig.7) appena mi hai schizzato di pomodoro la camicia, capisci facilmente il significato ironico (rimprovero anziché lode) del mio gesto Fig.7).

Figura 7: Bravo!



3. Le figure retoriche e le loro funzioni

Riassumiamo la struttura delle figure retoriche qui illustrate (Tab.1).

Tabella 1. Alcune figure retoriche

FIGURA	ESEMPIO	SIGNIFICATO
Similitudine	<i>Questo bambino è forte come un torello.</i>	Dico che X è come Y (per far capire com'è X)
Metafora	<i>Questo bambino è un torello</i>	Dico che X è un Y (per far capire com'è X)
Metonimia	<i>Le piace Brahms?</i>	Dico X per riferirmi a Y, che è in un particolare rapporto con X
Iperbole	<i>È un secolo che non ci vediamo</i>	Dico X che è un'estremizzazione di Y
Eufemismo	<i>5 miliardi sono un bel po' di soldini</i>	Dico X che è meno crudo di Y
Disfemismo	<i>Io a farmi un culo perché tu ti possa pagare la serva</i>	Dico X che è più crudo di Y
Litote	<i>Non è un Einstein</i>	Dico non-X per far capire Y, il contrario di X
Allusione	<i>C'è qualche soprano che strascica le finali...</i>	Non dico X ma faccio capire che mi riferisco a X
Ironia	<i>Complimenti! Mi hai macchiato la camicia!</i>	Dico X per far capire Y, diverso o opposto a X

Quali sono gli effetti e le funzioni dell'uso di figure retoriche? Così come spesso usiamo la comunicazione indiretta perché è un gioco di sottigliezze, un esercizio d'intelligenza (Cap. 6), ancor più questo vale per le figure retoriche, in cui il lavoro intellettuale richiesto per produrle e comprenderle mette in luce la sofisticatezza del Mittente e accende l'attenzione del Destinatario, rendendole un gioco divertente, una distrazione, una fonte di piacere estetico e cognitivo. Questi effetti possono essere deliberatamente perseguiti da chi le usa. Il pubblicitario che con una metafora ardita sveglia l'attenzione del consumatore rende più probabile il processamento del suo messaggio rispetto ad altri; ma anche l'oratore che attrae l'attenzione sull'abbellimento retorico può invogliare a seguire il suo discorso, o al contrario distrarre l'uditorio dal merito dell'argomentazione.

Parte V

Le parole del corpo

Capitolo 11

Le interiezioni

1. I lessici del corpo

Per molti secoli grammatici e linguisti hanno analizzato le parole di tutte le lingue costruendone dizionari. Ma non solo le lingue hanno un lessico; anche i sistemi di comunicazione del corpo hanno segnali codificati che costituiscono lessici.

In questi capitoli esploriamo i lessici del corpo: quello sonoro delle interiezioni e quelli visivi dei gesti, del toccare e dello sguardo.

2. L'interiezione. Una parola frase

L'interiezione è una parola frase, cioè un segnale vocale olofrastico (da *òlos* = intero e *phrazein* = dire), ossia una coppia segnale-significato codificata (memorizzata nel lessico mentale della memoria a lungo termine) in cui a un segmento unitario, fonico nel parlato o grafico nello scritto, corrisponde il significato di un atto linguistico completo, comprensivo di performativo e contenuto proposizionale (Poggi, 1981; 1995; 2009).

Il nome di interiezione, da *inter* (fra, in mezzo) e *icio* (lancio), significa che è una parola che si può "lanciare" ovunque nel discorso o nella frase, perché non intrattiene legami sintattici col resto della frase; proprio perché è una parola-frase. *Ahia!* significa "ti informo che io sto provando un dolore fisico"; *boh!*, "ti informo che questa cosa non la so" o "non la so con certezza, sono in dubbio".

In questo atto comunicativo, il contenuto proposizionale è uno stato mentale del Parlante (*ah* = ti informo che ho acquisito questa credenza), o un'azione richiesta all'Ascoltatore o a un'Entità terza (*dàì* = ti incito a compiere questa azione; *buonanotte* = prego il destino che ti faccia passare una buona notte); il performativo è il tipo di azione comunicativa che il Parlante sta compiendo verso l'Ascoltatore – il suo scopo di informare, domandare, richiedere o augurarsi l'evento menzionato nel contenuto proposizionale.

3. Interiezioni e frasi incomplete.

Se un'interiezione porta il significato di un atto comunicativo intero, qual è la differenza da una **frase incompleta** di una parola sola? (Poggi, 1987). Spesso nella conversazione quotidiana diciamo frasi "ellittiche", cioè sintatticamente incomplete perché mancanti di alcune parole, magari così ellittiche che ne rimane una parola sola. Ma poiché l'unità della comunicazione è l'atto comunicativo, quella sola parola è portatrice del significato di tutta la frase, il performativo e il contenuto proposizionale. Se appena seduto al bar dico al cameriere

(1) *"Birra!"*

ho detto una parola sola, ma che sta per la frase intera "Io ti chiedo di portarmi della birra", in cui il performativo è di richiesta e il contenuto proposizionale è che il Destinatario porti della birra al Mittente.

Sia l'interiezione che la frase veicolano un atto linguistico completo, ma un'interiezione ha sempre il significato dello stesso atto linguistico, codificato nel lessico, mentre la frase

incompleta porta atti linguistici sempre diversi in diversi contesti. Prova a mettere la parola *birra* in un altro contesto.

(2) Passando con un amico vicino a una fabbrica dismessa, lui mi chiede:

“Cosa produceva questa fabbrica?” e gli rispondo *“Birra”*.

Qui, la stessa parola sta al posto di una frase diversa: *“Questa fabbrica produceva birra”*, in cui il performativo è di informazione e il contenuto proposizionale riguarda un luogo di lavoro che tempo addietro produceva quella bevanda.

Nella **frase incompleta** dunque l'unica parola pronunciata porta il significato solo di una parte dell'atto linguistico – un predicato o un argomento del contenuto proposizionale, o solo il performativo; e le parti non espresse dell'atto linguistico devono essere recuperate dal contesto – un'ordinazione al cameriere o una passeggiata in un quartiere fatiscente. Nell'**interiezione** invece il significato dell'atto linguistico completo è lo stesso in qualunque contesto.

Tuttavia, nell'interiezione non sono codificati proprio tutti gli argomenti della struttura comunicativa; uno deve essere recuperato dal contesto. Prendiamo l'interiezione *Tòh!*, che significa: *“Ti informo che questo fatto mi sorprende”*; non è specificato un argomento del contenuto proposizionale, cioè quale sia il fatto che causa sorpresa.

Per questo l'interiezione si può considerare un **segnale deittico** (dal greco *dèicnumi* = indico) – come le parole *questo*, *qui*, o il gesto di *indicare col dito* – in cui il significato del segnale varia a seconda del contesto in cui è prodotto. Per capire appieno l'interiezione della mamma che ai bimbi scatenati intima *basta!* (= smettete di fare questo) dobbiamo sapere qual è l'azione che stavano facendo.

4. Tipi di interiezioni

Possiamo distinguere interiezioni primarie e secondarie. Le **interiezioni primarie**, come *ah*, *oh* sono vocalizzazioni istintive naturali, molto vicine a grida spontanee (gridi di reazione, Goffman 1981) e agli “scoppi emotivi” (*“affect bursts”*, Scherer 1994): suoni fisiologici o riflessi vocali come risate o sospiri. Anche se sono segnali codificati e fanno ormai parte del lessico, la struttura fonologica delle interiezioni primarie è diversa da quella canonica della lingua cui appartengono. Ad esempio, *öh* è un'interiezione italiana che significa “è proprio così, anzi, più di così”, ma la vocale che la costituisce non fa parte del sistema vocalico dell'italiano.

Le **interiezioni secondarie**, invece, come *mamma!* o *già*, sono semplicemente parole “normali” di una lingua (segnali codificati articolati) che sono usate anche come interiezioni, cioè parole olofrastiche.

Se vediamo però le interiezioni non quanto alla loro origine ma come voci del lessico, possiamo anche distinguere fra interiezioni “univoche” e “plurivoche”. Sono **univoche** quelle, sia primarie che secondarie, che hanno una o più letture ma tutte olofrastiche, cioè come interiezione: *ahi!* e *caramba* in italiano sono solo interiezioni, non voci articolate. Le **plurivoche** sono invece interiezioni secondarie che hanno, accanto al significato come voce articolata, anche uno come interiezione: *mamma* è un nome e un'interiezione, *già* è un'interiezione e un avverbio. La plurivocità è dunque un tipo particolare di ambiguità, cioè una voce del lessico ha due o più significati diversi, ma in più corrispondenti a diverse categorie grammaticali.

Come per tutti i segnali ambigui, in certi casi c'è un nesso semantico fra i due o più significati di una interiezione plurivoca. *Già* è un avverbio in

- (3) Giulia si è *già* svegliata
 E un'interiezione in
- (4) A: Ricordati che devi chiamare Giulia.
 B: *Già*.

Già come interiezione significa "io ora ricordo la cosa che mi hai detto; non l'avevo presente al momento, ma ora che tu me la dici, mi ricordo che la sapevo già". C'è dunque un elemento semantico comune fra *già* come interiezione e *già* come avverbio: l'avverbio significa che un certo evento è avvenuto (anche) prima del momento in cui il Parlante parla, ma l'interiezione dice che un certo evento è avvenuto anche prima di ora: la presenza di una credenza (che B deve chiamare Giulia) nella mente di B già da prima della frase di A.

5. Il significato delle interiezioni

Che cosa significano le interiezioni? Diversamente da quanto sosteneva la grammatica tradizionale, le interiezioni non esprimono solo stati emotivi. Ma prima di esplorarli, visto che il loro significato comprende il performativo possiamo distinguerle in base al loro tipo di scopo:

- **Informative:** *ah* (questa credenza è nuova per me, vengo ad assumerla in questo momento), *uffa* (sono stanco / sono annoiato) informano su uno stato mentale del parlante
- **Interrogative:** *eh?* (cosa hai detto? / sei d'accordo?), *beh?* (come mai è così?) chiedono all'ascoltatore di fornire una credenza al Parlante
- **Richiestive:** *ehi* (prestami attenzione), *via!* (parti!), chiedono all'ascoltatore di compiere un'azione
- **Ottative:** formule di cortesia (es. *buona notte* = ti auguro di passare una buona notte) e imprecazioni (*Dio!*, *mamma!*) fanno appello a un'entità terza (il fato, una divinità) per far avvenire qualcosa.

In generale, le interiezioni informative appartengono alla categoria dei "Marcatori mentali" (Cap. 21), i segnali che comunicano Informazioni sugli stati mentali del Mittente: credenze, scopi ed emozioni; interiezioni richiestive, interrogative e ottative si riferiscono in genere ad azioni, eventi o stati mentali che riguardano non tanto il parlante quanto l'ascoltatore. Le Tab.1-4 presentano una tipologia di interiezioni italiane.

Tabella 1.
Interiezioni informative

TIPO	SIGNIFICATO SPECIFICO	INTERIEZIONI
Credenze	Comprensione	<i>Ah</i>
	Riconoscimento	<i>Già</i>
	Conferma	<i>Caspita, davvero, diamine, eh, mhm, oh, okay.</i>

				<i>Appunto, anzi! Cacchio, cavolo cazzo, certo, diavolo, ostia! Proprio, sì, sicuro, vero, altro che!</i>
			Negazione	<i>Macché, see..., ñc, Affatto</i>
			Ignoranza	<i>Bah, boh, chissà, mah</i>
			Incredulità	<i>Bum!, che! No!</i>
			Dubbio o esitazione	<i>Beh, èeh, ehm, mhm, mah Allora, cioè, così, dico, dunque...</i>
			Sorpresa	<i>Ah, ih, oh, öh, olla, toh, uh, caspita, caspiterina, cribbio, diamine, ullallà Accidenti, boia, cacchio, capperi, cazzo...</i>
Scopi	Scopi compromessi	Disagio fisico	Dolore	<i>Ahi, ahia, ahio, uhi</i>
			Freddo	<i>Brrr</i>
			Disgusto	<i>Bleah, puah</i>
			Fatica	<i>Aùff, uffa</i>
		Sofferenza psichica	Noia o fastidio	<i>Uffa, uh</i>
			Rassegnazione	<i>Pazienza</i>
			Disprezzo	<i>Puah, pfui, poh</i>
			Dispiacere o disperazione	<i>Ahimè, ohimè, no! Peccato</i>
			Preoccupazione	<i>Ñc</i>
			Raccapriccio	<i>Aaah! Noo!!</i>
			Indignazione	<i>Èeh, ohibò, ooh</i>
			Disappunto	<i>Acciderba, accipicchia, alé, beh?, caspiterina, cribbio, diamine Vacca, la Madonna</i>
	Scopi raggiunti	Generiche	Soddisfazione	<i>Aah, òh, òoh, ecco, meno male</i>
			Esultanza	<i>Evviva, hurrà, iuhù, Alleluia, osanna</i>
		Specifiche		<i>Aah, eureka, ha iùm, maramèò, tiè, uée!, vivaddio, ecco, là, piacere, mi rallegro</i>

Tabella 2.
Interiezioni interrogative

TIPO

INTERIEZIONI

Richieste di conferma *Eh?, nevvvero? Davvero?, no?, vero?*

Richieste di dire o ripetere *Eh?, beh?, che?, come? Cosa?*

Richieste di spiegazione *Beh?*

Tabella 3.
Interiezioni Richiestive

TIPO		SIGNIFICATO SPECIFICO	INTERIEZIONI
Richieste generiche	Richieste d'attenzione		<i>Aho, ehi, ehilà, ohé, ohilà, èst, uehi, uehilà</i>
	Incitazioni pure		<i>Alé, avanti, coraggio, dàì, prego, su</i>
	Marcate riguardo al performativo	Preghiera	<i>Dèh</i>
		Incoraggiamento	<i>Orsù, suvvia, coraggio</i>
		Proibizione	<i>No</i>
	Marcate riguardo all'aspetto	Inizio	<i>Marsch!, sotto!, via!</i>
		Continuazione	<i>Avanti</i>
		Ripetizione	<i>Bis</i>
	Varie		<i>Altolà. Arri, pardòn, scc..., sciò, ss..., tè tè, aiuto, allegria, avanti, calma, cuccia, largo, perdono, permesso, prego, pietà, pista, pronto, scusa, silenzio, soccorso, sveglia, vergogna, via, va là</i>

Tabella 4.
Interiezioni Ottative

TIPO		INTERIEZIONI
Giaculative	Invocazioni	<i>Gesù, Madonna, mamma, Maria, misericordia</i>
	Imprecazioni	<i>Cribbio, perbacco, perbaccolina, perdiana, Boia, cacchio, cavolo, Cristo, dannazione, diavolo, Dio, maledizione, merda, ostia</i>
Formule	Saluti	<i>Arrivederci, addio, buonanotte, buonasera, buongiorno, ciao</i>
	Auguri	<i>Auguri, in bocca al lupo, cento di questi anni</i>

	Formule di cortesia	<i>Complimenti, congratulazioni, condoglianze, grazie, rallegramenti, salute, salve</i>
--	---------------------	---

Fra le interiezioni **informative** (Tab. 1), alcune informano sullo stato cognitivo del Parlante, cioè i rapporti fra credenze in entrata e credenze pregresse, altre sullo stato attuale degli scopi del Parlante, del loro raggiungimento o compromissione.

Riguardo alle **credenze**, *Ah* informa che la credenza in entrata è nuova per il Parlante, che la sta venendo ad assumere per la prima volta; *già* dice che è già stata assunta prima o era potenzialmente disponibile (la si poteva inferire). Varie interiezioni confermano una credenza in entrata, dicendo che è già arrivata da un'altra fonte: *davvero, eh* (= è proprio così), *öh* (= è così, anzi più di così), *okay, sì*, (= confermo), *altro che!* (= è fortemente così). Al contrario *no* e *macché* (= assolutamente no) informano che per il Parlante la credenza in questione non è assolutamente vera. *Mah* (= non so, non sono sicuro) dice che è in dubbio, *boh* (= non so, sono dubbioso) e *chissà* (= non lo so con certezza), che non sa qualcosa, mentre *bah* (= non so, sono perplesso), finge ignoranza ma in realtà lascia trasparire perplessità e possibile disapprovazione. *Che?* e *no!* (= non posso crederci) esprimono incredulità; *bum!*, imitando la detonazione di una pistola, allude all'espressione idiomatica "spararla grossa" e significa "stai dicendo una grossa bugia".

Beh, ehm, dunque esprimono esitazione, *oh, tòh, no!, però!* sorpresa. In effetti, sia l'indecisione che la sorpresa sono in un certo senso una mancanza di assunzioni: prima di una decisione, il Parlante ha due alternative fra cui non sa quale scegliere; e quando è sorpreso, una credenza nuova in entrata ha appena smentito una sua aspettativa e lui non trova una credenza che gli spieghi la novità.

Fra le interiezioni informative che riguardano gli **scopi** del parlante, alcune informano sui suoi scopi compromessi, indicando vari tipi di sofferenza fisica (dolore, *ahi*, freddo, *brrr*, disgusto, *bleah*, fatica, uffa) e psichica: noia (*uffa*), dispiacere (*ahimé!, peccato!*), disperazione (*no!*), disappunto (il significato indiretto di *bèh?*), preoccupazione (*ńc*), indignazione (*ohibò*), disprezzo (*puah*). Altre interiezioni informano su scopi raggiunti: scopi specifici, come riuscire a fare qualcosa (*là!*), essere presentato a una persona (*piacere*) o incontrare qualcuno che non si vede da molto (*uée!*), gustare un buon sapore (*iùm!*), trovare la soluzione di un problema (*eureka*), vedere frustrato lo scopo di un rivale (*ha!, tiè!*). In certi casi l'interiezione dice che un scopo è soddisfatto, ma senza specificare quale (*òoh!, ecco*); altre volte se ne specificata un'intensa soddisfazione (*iuhù, evviva, hurrà*).

Fra le interiezioni **interrogative** (Tab.2) *Eh?, no?, vero?* sono richieste di conferma, usate spesso come domande-coda (domande che seguono un'informazione per chiedere se è vera o no: "Giovanni è tornato, eh?"). *Eh?* e *come?* chiedono un'informazione già chiesta ma non udita; *beh?* chiede una spiegazione.

Fra le **richiestive** (Tab.3), alcune specificano l'azione richiesta: *aiuto, silenzio, sciò* (= ti ingiungo di sloggiare). Altre sono incitazioni "pure" che sollecitano a fare qualcosa, ma senza specificare cosa: *dài, prego, su!*. Alcune marcano un performativo: *dèh* è una preghiera, *suvvia* un incoraggiamento. Altre l'"aspetto" dell'azione: non specificano l'azione richiesta ma chiedono di cominciare (*via!, sotto!*), smettere o finire (*stop, basta*), ripetere (*bis*), continuare (*avanti*). Altre sono richieste di attenzione (*ehi, ehilà, aho'*).

Le interiezioni **ottative** (Tab.4) comprendono molte formule di routine: saluti (*ciao, arrivederci, buongiorno*), formule di cortesia (*grazie, salute!, congratulazioni*), formule augurali come auguri ed espressioni idiomatiche con funzione di interiezione (*in bocca al*

lupo). Fra queste, le interiezioni “giaculative” comprendono invocazioni (*Gesù, mamma, mamma mia, misericordia*) e imprecazioni (*accidenti!, Cristo!, dannazione! merda!*).

Un gruppo di interiezioni informative e ottative si usano genericamente per esprimere intensità elevate di sorpresa o disappunto:

- a. vocativi: es. *gente!, ragazzi!, Cristo!, mamma!*, per chiamare qualcuno a testimone della peculiarità dell’evento in questione
- b. disfemismi: l’uso di parole semanticamente o fonicamente crude o aggressive: *boia, miseria, vacca, merda*.

Alcune di queste (*cazzo!, diavolo!, diamine!, perbacco!*) si usano anche come conferme enfatiche per intendere: “certo che è così!

Vediamo ora il significato di alcune interiezioni quotidiane.

6. Il linguaggio peculiare delle emozioni

La linguistica pragmatica accosta l’interiezione alle esitazioni (James 1973), ai marcatori discorsivi (Bazzanella 1995), ai segnali di backchannel (Yngve 1970; Cap.16). La grammatica tradizionale la mette insieme all’esclamazione e all’onomatopea, e la considera un linguaggio emotivo e primitivo. Ma non tutte le interiezioni sono esitazioni (quelle vocalizzazioni prodotte mentre si sta decidendo se o cosa dire): *ehm* è un’esitazione, *dàì* no; e non tutte si usano come backchannel, quelle parole o vocalizzazioni che si pronunciano per far capire a chi sta parlando che lo seguiamo: posso farlo con uno *ahah*, ma anche dicendo *continua, ti seguo, capisco*. E ancora, non tutte le interiezioni sono onomatopee, cioè suoni imitativi (*schh...* è onomatopeica, *bah* non lo è), e non solo le interiezioni possono essere esclamazioni (*ehi!*) ma anche le frasi (*Guarda che roba!!*).

Tuttavia, l’interiezione resta un modo di comunicare peculiare. Se come abbiamo visto le interiezioni non esprimono solo emozioni, vi sono due ragioni per considerarle più ‘primitive’ del linguaggio verbale articolato. Innanzitutto, mentre una frase “descrive”, l’interiezione “esprime”, perché il suo scopo di comunicare, diversamente da quello di una frase, può non essere metarappresentato: è più istintiva, meno ragionata. Inoltre, essendo un’espressione deittica, cioè avendo bisogno del contesto per essere compresa, può essere usata solo “in presenza” dello stato mentale che esprime, e quello stesso stato non può essere menzionato come passato o futuro o ipotetico. Ad esempio io posso dire, usando una frase articolata: “*Quella volta, il fatto mi sorprese*”, o “*Se così fosse, la cosa mi sorprenderebbe*”; ma non posso dire: “*quella volta, tòh!*” o “*Se così fosse, tòh!*”.

Capitolo 12

I gesti

1. Gesti per fare, gesti per comunicare

Che cos'è un gesto? Possiamo chiamare "gesto" qualsiasi movimento fatto con le mani, le braccia o le spalle. Noi usiamo le mani per fare cose – aprire la porta, lavare la frutta – per toccare e afferrare oggetti; e poi per comunicare.

Un gesto è comunicativo quando la forma e il movimento delle nostre mani hanno lo scopo di comunicare credenze. Un gesto comunicativo dunque (d'ora in poi lo chiameremo semplicemente "gesto") è una coppia segnale-significato: il segnale è una particolare forma e movimento delle mani, delle dita, delle braccia e delle spalle, il significato è una conoscenza proposizionale o un'immagine mentale, e il segnale è collegato al significato in maniera codificata o creativa.

2. Tipi di gesti

Vi sono diversi tipi di gesti e gli studiosi ne hanno proposto varie tipologie (Efron 1941; Ekman, Friesen 1969; McNeill 1992; Kendon 2004). Ecco cinque tipi che tutte distinguono.

1. gesto **deittico** (dal greco *dèicnumi* = indicare): un *movimento dell'indice o della mano aperta* (Kita 2003; Kendon 2004) che indica un luogo, per identificare un oggetto, evento o persona che si trova in quel luogo o vi è in altro modo collegato;
2. gesto **iconico** (dal greco *èicon* = immagine): un movimento delle mani che dà l'immagine del significato che vuole comunicare, raffigurando nell'aria la forma o imitando i movimenti tipici prodotti da o con un oggetto, un animale, una persona;
3. gesto **simbolico** o emblematico: un gesto codificato in cui la corrispondenza segnale-significato è sistematica e condivisa in una certa cultura, al punto di avere una traduzione canonica in parole o frasi: *l'indice e il medio a V avanti e indietro davanti alla bocca*, che significa "fumare" o "sigaretta"; o *la mano che si muove su e giù con le dita riunite*, che significa "Ma che dici?!";
4. gesto **codificato co-verbale**: un gesto codificato che però, diversamente dal gesto simbolico, non ha una traduzione in parole condivisa e non è autonomo, cioè non si può usare in assenza di parlato. Come quello a *mani aperte a palmi in su* che significa "questo è ovvio, evidente";
5. gesto **batonico**: le *mani vanno dall'alto in basso* per scandire ed enfatizzare il parlato;
6. gesto **manipolatore**: un contatto delle mani con oggetti esterni o con parti del proprio corpo, come *tamburellare sul tavolo*, *girare la penna fra le mani*, *lisciarsi i capelli* o *la barba*. Ha in genere uno scopo di autorassicurazione e non intende comunicare qualcosa ad altri: non è quindi un gesto comunicativo, ma può essere informativo, cioè foriero di interessanti inferenze per un osservatore.

A volte però distinguere i gesti per tipi li irrigidisce in categorie fisse. Distingueremo dunque i gesti comunicativi in base a un certo numero di parametri (in parte gli stessi con cui abbiamo distinto i segnali di comunicazione in genere, Cap.4), che incrociandosi permettono, più che di stabilire una rigida tipologia, di classificare ogni gesto caso per caso (Poggi 2006).

- a. CONTENUTO SEMANTICO. Come per tutti i segnali, coi gesti il Mittente può dare **Informazioni sul Mondo** (es. *indicare col dito un oggetto o disegnarne la forma nell'aria*), **sulla propria Identità** (*alzare il pugno* per proclamare “sono comunista”, *tenere le mani a riposo sul banco* per mostrare che “sono una brava bambina”); o **sulla propria Mente**: come *alzare la mano* per chiedere di parlare, o fare il gesto delle “virgolette” con *indici e medi ricurvi*, per prendere le distanze da ciò che si dice.
- b. TIPO DI SCOPO: individuale, biologico o sociale. *Dare indicazioni a gesti* a chi ci chiede come arrivare in una certa strada è un **scopo interno** dell'individuo; i gesti che esprimono emozioni primarie, come *aprire le braccia* per la sorpresa o *scuotere i pugni in alto* per l'esultanza, sono regolati da **scopi biologici**; *mettersi la mano davanti alla bocca nel tossire* prima della pandemia di Coronavirus era quasi solo un gesto di cortesia, governato da una **norma sociale**.
- c. LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA: **conscio**, inconscio o tacito. Di certi gesti, specialmente i **simbolici**, siamo in genere completamente consapevoli mentre li facciamo, tant'è che dopo, se ci chiedono un resoconto di ciò che abbiamo detto possiamo ricordarle anche i nostri gesti; i **batonici**, in cui la mano si abbassa ritmicamente e scandisce le sillabe toniche per assecondare il ritmo delle parole o per enfatizzarle, li facciamo senza accorgercene, con uno scopo comunicativo **tacito**. Ma ecco un esempio di un gesto simbolico governato da uno scopo **inconscio** (Ekman 1985): in un colloquio con una studentessa, il professore la tratta in modo aggressivo. Lei non può rispondere a tono perché ciò potrebbe nuocerle, ma senza rendersene conto la sua mano, ferma sul ginocchio, assume la posizione di un gesto insultante: il *dito medio teso*.
- d. COSTRUZIONE COGNITIVA: molti gesti sono **codificati**, cioè memorizzati stabilmente in un lessico gestuale, quasi un linguaggio a parte, a volte autonomo dal parlato. Un caso estremo di lessico gestuale, che si può a buon diritto considerare una lingua perché non ha solo un lessico, ma anche una sintassi, sono le Lingue di Segni usate dai sordi: l'American Sign Language, la Lingua Italiana dei Segni, la Langue des Signes Française e altre. Però in Italia anche gli udenti dispongono di un ricco lessico di gesti **simbolici**. Il lessico gestuale degli italiani udenti non è proprio una lingua perché non ha sintassi – i gesti non si combinano in frasi – ma è comunque un lessico molto più complesso e sofisticato che in altre culture (De Jorio, 1832). Anche nei gesti **batonici** è in qualche modo codificata, quanto meno, la regola per cui quando la mano va in giù siamo sul “comment”, sulla parte nuova della frase. Altri gesti sono **creativi**, cioè inventati estemporaneamente sulla base di poche regole di inferenza condivise. Si possono permettere di essere creati ex novo i gesti **iconici**, che sono comprensibili perché con le loro forme, posizioni e movimenti rappresentano oggetti e azioni; ma anche i gesti **deittici**, quelli che indicano oggetti o persone, funzionano tutti in base a una sola regola: “concentra la tua attenzione là dove finisce la linea immaginaria che parte dal mio dito (o mano); mi riferisco a quello (o a qualcosa legato a quello)”.
 e. RELAZIONE SEGNALE – SIGNIFICATO. Un gesto è **motivato** quando il suo significato è inferibile dalla sua forma o movimento. In un gesto “iconico” (*muovere le braccia come ali* per significare “uccello”) la relazione è di somiglianza – imitazione; in un gesto “biologico” (*scuotere le braccia in alto* per l'esultanza) la relazione è di determinismo meccanico. Un gesto è **arbitrario** quando chi non l'ha mai visto non può indovinare cosa vuol dire. Molti gesti simbolici, almeno così come ci appaiono oggi, sono arbitrari – ad esempio il gesto per “chi se ne frega” di lisciarsi il mento col dorso della mano e quello per “ma

che vuoi?/ma che dici?” (“mano a tulipano”). Ma spesso (Radutzky 1981; 1987) gli arbitrari sono nati come iconici e poi hanno perso la loro iconicità.

- f. Dal punto di vista della RELAZIONE CON ALTRE MODALITÀ, distinguiamo gesti **co-verbali**, che non si possono usare in assenza di parlato, e **autonomi**, che possono anche sostituirlo completamente. Caso paradigmatico di co-verbali sono i “batonici”: se servono a scandire il parlato, come usarli senza parlare? Tipico esempio di autonomi, invece, i gesti “simbolici”. Se sto salutando un amico dal vetro sigillato del treno ad alta velocità, per fargli capire “ci sentiamo per telefono” basta che metta la *mano col pollice teso vicino all’orecchio* e capirà.

Vediamo in dettaglio due tipi di gesti: iconici e simbolici.

3. La pantomima e i gesti creativi iconici

Immagina di essere un rappresentante di Homo Sapiens all’inizio della sua carriera evolutiva. Non disponi ancora di un linguaggio vocale articolato: il tuo repertorio comunicativo comprende grida istintive che, come le interiezioni primarie (Cap.11), portano significati solo relativi alla tua mente, le tue emozioni e desideri, ma possono fare riferimento al mondo esterno esclusivamente attraverso gesti o sguardi deittici, che informano su cosa vuoi comunicare solo nel qui ed ora, con un interlocutore presente nel tuo stesso contesto spazio-temporale. Come puoi allora riferirti a qualcosa che in questo momento non c’è? Se hai visto un cervo nella radura, come puoi comunicarlo al tuo compagno? Potresti *fare alcuni passi con una postura impettita* e disegnare nell’aria, con le mani, due immaginarie corna, mettendoti *le mani aperte, a dita tese, sopra la testa*.

Questo probabilmente è il modo in cui hanno cominciato a comunicare Informazioni sul Mondo i nostri progenitori: la pantomima, una serie di movimenti del corpo che, allo scopo di comunicare su eventi, oggetti o persone, ne imitano movimenti o azioni, o le azioni che farebbe il Mittente stesso in relazione ad essi. La pantomima è infatti una forma di comunicazione estemporanea, cioè prodotta ex novo (Zlatev, Zywiczynski, Wacewicz 2020), in cui i segnali – gli stimoli prodotti dal mittente – sono inventati sul momento e il loro rapporto con i relativi significati non è codificato, ossia memorizzato una volta per tutte nella memoria a lungo termine del Mittente e del Destinatario. Rispetto al parametro della “costruzione cognitiva”, quindi, la pantomima è un sistema di comunicazione “creativo”, contrapposto ai segnali codificati.

Noi non siamo Marcel Marceau, né gli aspiranti mimi di strada che fingono di trasportare una lastra di vetro: quella è una forma altamente codificata di azione teatrale. Ma i suoi principi sono gli stessi che governano il vecchio gioco dei “mestieri muti”: per farmi capire una parola, mimala. Così nascono i “gesti creativi iconici”, quelli che facciamo nel parlare per dare l’immagine visiva degli oggetti del nostro discorso. Parlando di un “terrazzo” posso *unire gli indici davanti a me e allontanarli su due linee oblique*, disegnandone così la forma triangolare; per proporti un caffè posso *fingere di avvitare la caffettiera*, cioè imitare l’azione che si fa per preparare il caffè. Sono gesti nuovi e imitativi, cioè gesti iconici.

Quando un gesto nasce, è per forza un gesto “creativo”; poi può essere rappresentato in memoria, cioè divenire codificato, e allora può mantenere la sua iconicità, come “fumare”, che è un gesto simbolico ma ancora iconico, ma anche perderla; ma all’inizio, finché è nuovo e per definizione non condiviso, può essere capito dall’interlocutore solo se è un gesto motivato, cioè se l’altro può in qualche modo indovinarne il significato.

Un gesto creativo – così come una nuova parola – nasce quando si deve ‘costruire’ un nuovo referente, cioè quando ci si vuol riferire a qualcosa che non è presente nel contesto. Il tuo progenitore che vuol far sapere al compagno di aver visto non lontano un cervo non ha ancora nel suo “lessico gestuale” un segnale collegato al concetto o all’immagine mentale del cervo; allora *incede impettito o raffigura immaginarie corna*. E’ nato un gesto creativo iconico, cioè un gesto che rappresenta aspetti percettivi del significato da comunicare, inventato in maniera estemporanea quando non c’è, o non si vuole usare, un gesto codificato per quel significato.

Un gesto creativo iconico si inventa applicando una serie di regole di somiglianza fra aspetti percettivi e motori del gesto e aspetti percettivi e motori del (o collegati al) significato inteso. E’ un gesto che l’altro non ha mai visto, ma che deve poter capire lo stesso. Deve ad esempio distinguerlo dal gesto che si potrebbe fare di *muovere sulla testa le mani a dita vicine*, come due lunghe orecchie, per indicare una lepre. Certo, la seconda o la terza volta che avvisterà un cervo il progenitore potrà fare un gesto più semplificato, come divaricare le dita delle mani senza metterle sulla testa: un gesto più schematico e quindi meno iconico. Perché nel frattempo, dopo ripetute scorribande nelle radure, il suo gesto creativo si è codificato, si è ‘scritto’ nella memoria sua e del suo compagno, e d’ora in poi anche un accenno lo richiamerà. Ma ciò che ha fatto il nostro personaggio gesticolante è stato creare un nome: un segnale per indicare un referente.

Ci sono infatti due modi per indicare un referente, cioè far capire all’altro di cosa vuoi parlare: a quale nodo nelle sue e tue reti di credenze vuoi riferirti. Uno è indicarlo, l’altro è dargli un nome. L’indicazione è il modo più economico, quando il referente è presente nell’immediato contesto spazio-temporale. Ma come fare se ciò a cui ti riferisci non c’è al momento? E’ il problema che avevano, nei territori esplorati dal viaggiatore Gulliver, gli Accademici di Lagado (Swift 1726). Poiché i nomi sono al posto delle cose, avevano deciso di non usare i nomi ma solo le cose, e così potevano parlare solo di cose presenti; per questo i più sapienti dell’Accademia si distinguevano per i lunghi cortei e pesanti fardelli di oggetti che si portavano appresso.

Ma che cos’è un nome?

4. Dare nomi con i gesti

Dare un nome vuol dire attribuire un certo referente a una certa classe, e per farlo bisogna enucleare, e comunicare, le caratteristiche distintive, cioè i tratti semantici di quel referente, cioè quelle che lo distinguono da tutti i referenti diversi e lo accomunano ad altri simili. Sono queste le caratteristiche definitorie del referente, che costituiscono il significato del suo nome (Cap. 8).

Per creare un nuovo nome con un gesto, devi estrarre una o più caratteristiche distintive del referente e rappresentarle con le mani (Zomparelli, Poggi 1987). Ma se le mani sono il tuo strumento di comunicazione, dovrai scegliere quelle caratteristiche che le mani permettono di rappresentare: forme, movimenti e posizioni nello spazio.

Così, per dare un nome con un gesto, puoi chiederti se il referente ha una **forma** percepibile: per riferirti a una “chitarra” puoi disegnarne nell’aria il profilo.

Un altro modo per creare un nome gestuale è rappresentare non il referente stesso, ma le *azioni* che gli sono collegate. Se è un essere animato, imiti le **sue azioni** – per riferirti a un “uccello” puoi *battere le mani come ali, o aprire e chiudere pollice e indice vicino alla bocca*

come un becco; per significare “mamma” fai il gesto di *cullare un bimbo*. Ma se è un oggetto inanimato o un manufatto, imiterai le **azioni che** in genere **si fanno con esso**: comunichi il significato di “sale” *strofinando pollice indice e medio* come se lo spargessi sul cibo; per “montagna”, *fai finta di arrampicarti o di sciare*; per “chitarra”, *fingi di strimpellarla*.

Altre volte, infine, non raffiguri forme né imiti azioni, ma indichi il **luogo** in cui in genere quel referente si trova: alcuni studenti per significare “montagna” *indicavano lontano e verso l’alto*; una donna afasica (cioè con disturbi del parlare) per riferirsi all’“insegna” di un negozio indicava *qualcosa davanti a lei, in alto* (Magno Caldognetto, Poggi 1995).

Certo, le caratteristiche che selezioni per rappresentare il referente devono rispondere a due requisiti: essere distintive e facili da imitare. Ad esempio, se scegli di mimare la forma, dev’essere una forma distintiva: se no come farei a distinguere “mamma” da “donna”, “amica” o “moglie”?; e dev’essere facile da rappresentare, in modo tridimensionale – come forma plastica – o bidimensionale – delineandone il profilo. Se la caratteristica che hai scelto non risponde a quei requisiti, dovrai sceglierne un’altra: per “mamma” sarà meglio rappresentarne l’azione di cullare che non le curve femminili (Tab. 1).

Tabella 1

Caratteristica selezionata	Azione compiuta	Significato da rappresentare
FORMA	<i>Disegnare un profilo di chitarra</i>	chitarra
AZIONE DEL REFERENTE	<i>Muovere le mani come ali</i>	uccello
AZIONI DEL MITTENTE	<i>Strofinare pollice indice e medio</i>	sale
LUOGO	<i>Indicare in alto lontano</i>	montagna

Fin qui non è difficile creare significato con le nostre mani, perché i referenti considerati sono tutti visibili e i loro movimenti imitabili. Ma fra le cose di cui potremmo voler parlare vi sono anche concetti astratti, come la menzogna o la democrazia; o ancora, cose concrete, percepibili col tatto o l’udito, o persino con la vista, che però con le mani non si possono rappresentare: come il vento, il caldo, il rumore o il colore verde. Eppure così grande è la forza della comunicazione che possiamo inventare nomi gestuali anche per quelle. Come si fa?

Innanzitutto devi lanciare un “ponte” fra astratto e concreto (Galantucci 2005): fra l’astrattezza del significato da comunicare e la concretezza di segnali che hanno una materialità fisica, come le tue mani e il tuo corpo. Il ponte sono alcune regole di inferenza che connettono astratto e concreto: se non puoi rappresentare l’astratto, rappresenta il corrispondente concreto e l’interlocutore, attraverso questo “ponte” concreto, può giungere all’astratto che intendevi. Ad esempio, se non puoi rappresentare una causa puoi rappresentarne gli effetti, se è astratta una funzione è concreto l’oggetto che la compie. Così, in un esperimento in cui i soggetti dovevano mimare il significato di parole astratte (Zomparelli e Poggi, 1987) come “nome”, “bugia” e “scienza”, uno, per rappresentare “sorpresa”, ha mimato una situazione in cui una persona riceve un regalo, che può essere CAUSA di sorpresa; un altro, per rappresentare “nome” si è disegnato sul petto un cartellino,

come un'etichetta; etichettare, infatti, classificare, è la **FUNZIONE** dei nomi. Infine, per rappresentare "democrazia" un soggetto ha rappresentato l'antitesi della democrazia, la dittatura, resa attraverso la figura di Mussolini, di cui ha mimato le pose e le movenze tipiche (*pugni sui fianchi, mento sollevato*), e poi ha fatto il gesto (codificato) per "no" di scuotere l'indice. Ha dunque addirittura costruito tre ponti (fatto appello a tre inferenze): ha individuato l'OPPOSTO di "democrazia", la "dittatura"; un ESEMPIO di dittatura, il fascismo; l'AGENTE di tale dittatura, Mussolini, esempio prototipico di dittatore; e infine lo ha negato. Ecco alcuni ponti gettati fra astratto e concreto nell'inventare nomi gestuali (Tab. 2).

Tabella 2

Significato concreto Rappresentato	Inferenza - ponte	Significato astratto da rappresentare
Regalo	CAUSA di	<i>Sorpresa</i>
Capelli scompigliati e oggetti che fluttuano	EFFETTO di	<i>Vento</i>
Scienziato	AGENTE di	<i>Scienza</i>
Testa	FONTE di	<i>Idea</i>
Etichetta sulla persona	FUNZIONE di	<i>Nome</i>
Mussolini	PROTOTIPO di	<i>Dittatura</i>
Dittatura	OPPOSTO di	<i>Democrazia</i>
Pinocchio	RAPPRESENTAZIONE CULTURALE di	<i>Bugia</i>

Queste regole per selezionare e rappresentare le caratteristiche di referenti concreti e astratti possono essere anche combinate, o applicate in maniera ripetuta o ricorsiva, producendo non un solo gesto, ma una pantomima complessa. Ad esempio, per mimare "tram" un soggetto ha rappresentato non solo l'azione di uno che ballonzola appeso agli appositi sostegni, ma tutte le azioni precedenti – l'arrivo alla fermata, rappresentata raffigurando la forma di un palo, l'attesa, il salire sull'autobus – insomma, non una sola azione ma una sequenza di azioni che permettono di capire meglio l'ultima. I soggetti che mimavano "scienza" ne hanno rappresentato l'AGENTE, uno scienziato, raffigurandolo con le sue azioni stereotipiche: il mettersi gli occhiali, l'espressione intelligente di chi pensa intensamente e poi ha un'idea luminosa.

Pantomima e gesti iconici sono dunque due esempi di segnali creativi che si avvalgono dell'imitazione per costruire segnali completamente nuovi ma comprensibili al destinatario. La pantomima può comprendere segnali in varie modalità – ad esempio, per significare "cervo", si può usare un segnale posturale di incedere impettito, un gesto iconico che rappresenta con le mani le corna, ma anche una vocalizzazione che ne imita il barrito, o il

rumore del suo galoppo. I gesti iconici sono movimenti delle mani, braccia o spalle che evocano l'immagine del cervo delineandone la forma o imitandone le azioni tipiche.

5. I gesti simbolici

Fra i sistemi di gesti codificati, i più ricchi e complessi sono i gesti **simbolici**. Sono gesti simbolici, ad esempio, *lisciarsi il mento col dorso della mano* per dire “niente affatto” o “non me ne importa nulla” (Fig.1); *muovere avanti e indietro davanti alla bocca l'indice e il medio a V*, che vuol dire “sigaretta” o “fumare”; *mettersi l'indice sulle labbra* per chiedere silenzio, e così via.

Figura 1.
“Niente affatto” o “non me ne importa”



Un gesto simbolico si può caratterizzare così, in base ai parametri visti sopra:

1. è un gesto autonomo, perché si può usare anche in assenza di parlato;
2. è codificato, cioè rappresentato stabilmente nella mente di chi lo usa, ed è rappresentato come una voce di un lessico gestuale, cioè come un regola di corrispondenza fra una certa forma e movimento delle mani e un significato;
3. è culturalmente codificato, perché è condiviso solo dai parlanti di una determinata cultura e si impara per imitazione (ad esempio i non vedenti dalla nascita non possono fare gesti simbolici a meno che non gli si insegni come muovere le mani per farli – se no faranno solo gesti di altro tipo). Ma anche un gesto innato, cioè biologicamente codificato come *prendersi la testa fra le mani* per la disperazione o *coprirsi la faccia* per la vergogna, può diventare un gesto simbolico, se viene codificato anche culturalmente;
4. ad ogni gesto simbolico corrisponde, nella cultura in cui è usato, una traduzione verbale abbastanza univoca, come “chi se ne frega”, “fumare”, “Silenzio!”. E' come se in questo fossimo bilingui: nel nostro lessico gestuale c'è il gesto col suo significato, ma anche la corrispondente formulazione verbale. Questo non accade per gli altri sistemi o sotto-sistemi di comunicazione, pur codificati, come gesti batonici e codificati co-verbali, sguardi, posture, espressioni facciali. Anche quelle “parole” del corpo hanno – secondo il modello della comunicazione qui presentato – un significato preciso, ma in quei casi non siamo abituati a darne una traduzione canonica, ed è perciò più difficile individuare il significato di ciascuno. Nei gesti simbolici invece questo compito è facilitato perché nella cultura in cui si usano è precisata, insieme al gesto, la sua formulazione verbale.

Poiché i simbolici sono gesti culturalmente codificati, alcune culture ne usano di più, altre ne hanno un repertorio più ristretto. La cultura italiana è particolarmente ricca di gesti simbolici, ma anche altre culture hanno lessici di gesti ricchi e complessi: berlinesi, persiani, russi, giapponesi, catalani, argentini, brasiliani, sudafricani ecc. (Payratò 1993; 2003; 2004; 2021; Kreidlin 2004; Serenari 2003; Rector, Poggi, Trigo 2003).

6. Le parole dei sordi: da un lessico di gesti a un lingua di segni

Il caso più tipico di un sistema di gesti simbolici sono le Lingue di Segni usate dai sordi. Una Lingua di Segni è un sistema di gesti simbolici (cioè gesti autonomi, culturalmente codificati e traducibili in parole) che comprende, oltre a regole lessicali, anche regole morfologiche e sintattiche, cioè regole per la formazione delle entrate del lessico e per la loro combinazione in frasi. Per questo i gesti simbolici usati da una comunità di sordi sono chiamati “Segni”: il loro sistema è una lingua a pieno titolo, chiamato “Lingua di Segni” (Klima, Bellugi 1979; Caselli et al. 1994; Radutzky 1992). Le Lingue di Segni, come le lingue di parole, sono lingue storico-naturali; ce n’è una italiana (LIS, la Lingua Italiana dei Segni), una Francese (LSF), una Americana (ASL), una cinese, una inglese e così via. E addirittura possono comprendere dialetti, cioè lingue in parte diverse delle diverse comunità locali, come i quattro dialetti delle comunità di sordi di Roma.

Per questo non si deve confondere una Lingua di Segni con un lessico simbolici. La prima è una lingua a pieno titolo perché ha anche una sintassi, cioè regole per combinare i segni in frasi. Mentre un sordo costruisce frasi, cioè atti comunicativi di più segni, un udente non costruisce mai vere e proprie “frasi gestuali”, cioè atti di comunicazione fatti di due o più gesti. E’ questa la differenza fra un semplice “sistema di comunicazione gestuale” e una vera e propria “lingua”.

In questo capitolo non mi dedicherò diffusamente a quegli affascinanti sistemi di comunicazione che sono le Lingue di Segni, ma a un linguaggio a noi più familiare: il lessico dei gesti simbolici usati dagli udenti in Italia; i gesti che vediamo nei film di Totò, di Alberto Sordi, di Luciano De Crescenzo, di Carlo Verdone, di Giancarlo Giannini e di tutta la commedia all’italiana; che noi facciamo tutti i giorni; e che gli stranieri vedono come uno degli aspetti più misteriosi e attraenti della nostra cultura.

7. Cherologia: la fonologia dei gesti

Nel 1960 William Stokoe (1960-1978), pioniere nello studio scientifico delle Lingue di Segni, per dimostrare che quelle usate dai sordi sono lingue a pieno titolo propose di analizzarle attraverso strumenti concettuali analoghi a quelli applicati alle lingue vocali: mostrò ad esempio che, come delle parole possiamo individuare i fonemi, anche dei segni possiamo individuare i “cheremi” (dal greco *chèir* = mano), cioè i fonemi delle mani.

Alla base del concetto di cherema vi è la nozione di “parametro formazionale” (Volterra 1987) del segno: ciascun segno di una lingua di segni è prodotto con una certa FORMA DELLA MANO, in un certo LUOGO, con un certo MOVIMENTO e un certo ORIENTAMENTO del palmo e del metacarpo. Per descrivere il sistema fonologico (anzi, “cherologico”) di una Lingua di Segni – ma, perché no? anche di un lessico di gesti – cioè per individuare gli elementi minimi che combinati permettono di formare tutti i segni di quella Lingua di Segni, o tutti i gesti di un sistema


gestuale, basta individuare quante e quali forme della mano, luoghi, movimenti e orientamenti sono usati in quel sistema.

I parametri formazionali sono criteri di classificazione in base a cui è possibile analizzare i gesti di qualsiasi sistema di comunicazione gestuale, compresa una Lingua di Segni. In un particolare sistema di gesti ogni parametro può assumere un certo numero di valori.

Così ogni gesto è caratterizzato univocamente dalla combinazione dei valori che assume rispetto ai vari parametri. E ogni valore di ciascun parametro è distintivo, cioè, cambiando quel valore, il gesto o ha un significato diverso o non ha alcun significato – proprio come dire *calo* è diverso da dire *caro*, mentre dire *camo* non significa nulla.

Ad esempio: il gesto che vuol dire “se l’intendono”, “c’è del tenero” o semplicemente “c’è un rapporto” (Tab. 3) è prodotto con gli *indici delle due mani tesi* (è questo il valore assunto da questo gesto relativamente al Parametro formazionale FORMA DELLA MANO), i *palmi in giù* e il *metacarpo verso l’Ascoltatore* (ORIENTAMENTO), nello *spazio di fronte al Parlante* (LUOGO), avvicinando e allontanando ripetutamente (MOVIMENTO) gli indici paralleli (Tabella 3).

Tabella 3
I parametri formazionali del gesto

GESTO	FORMULAZIONE VERBALE	FORMA	ORIENTAMENTO	LUOGO	MOVIMENTO
 1	Se l’intendono	<i>Indici delle due mani tesi</i>	<i>Palmi in giù, metacarpo verso l’Ascoltatore</i>	<i>Spazio neutro</i>	<i>Gli indici paralleli si avvicinano e si allontanano ripetutamente</i>

La “cherologia” dei gesti simbolici italiani udenti, analizzata (Romagna 1998) su 250 gesti usati da italiani udenti, è un sistema cherologico molto ricco, e quasi altrettanto articolato di quello della Lingua Italiana dei Segni. Alcuni esempi:




- FORMA DELLA MANO può assumere 39 valori diversi, come *mano a pugno* (usato nel gesto “sono comunista”), *mano aperta con dita ravvicinate a palmo in avanti* (“alt!”), *indice e medio tesi e divaricati* (“fumare”) e molti altri;
- LUOGO, 35 valori: la mano può toccare una parte del corpo, petto, fronte, naso ecc., o muoversi nello spazio, davanti al mittente, sopra il capo o altrove.
- l’ORIENTAMENTO del palmo e del metacarpo (la direzione delle nocche) conta 6 valori,
- Il MOVIMENTO è un parametro molto complesso, articolato in sottoparametri fra cui direzione, durata, tensione muscolare, ma anche quelli “dell’espressività”: ampiezza (gesti più larghi o di escursione molto breve), fluidità (rigidi e scattosi o morbidi e fluidi) e ripetizione, che informano sull’attivazione emotiva di chi li produce.

8. Il Gestionario

Se i gesti simbolici sono un lessico, possiamo scriverne un dizionario. Un dizionario rappresenta su carta o supporto elettronico ciò che è rappresentato nella nostra mente, cioè per ogni “entrata lessicale” di un sistema di comunicazione, cioè ogni coppia segnale-significato, riporta le informazioni sul segnale (es., per le parole la forma grafica, per i gesti i valori che assumono per ogni parametro formazionale) e quelle sul significato (le credenze che comunica). Qui presenteremo i dizionari di tre sistemi di comunicazione corporei, gesti, sguardi e contatto fisico, che chiamiamo, rispettivamente, Gestionario, Occhionario e Tocconario.

Cominciamo dal Gestionario: il lessico dei gesti simbolici usati dagli udenti in Italia (Poggi, Magno Caldognetto 1997 b). In una ricerca condotta all’Università Roma Tre nel 1998 (Stefani 1998), 250 gesti simbolici sono stati raccolti e analizzati in base allo schema della Tabella 4, in cui per ogni gesto sono state individuate varie informazioni semantiche che rispecchiano le nostre conoscenze sul significato e l’uso di quel gesto.

Tabella 4
Un item del Gestionario

Gesto	1	2	3
			
1. Formulazione verbale	- <i>se l'intendono;</i> - <i>c'è del tenero;</i> - <i>connessione, legame</i>	<i>bravo!</i>	<i>mi sta qua</i>
2. Contesto	- a proposito di due persone; - a proposito di due fatti	Commento su qualcosa che ha fatto il Destinatario	Commento su una persona
3. Sinonimi	Mano con pollice e indice aperti curvi ruota ripetutamente sul polso	Pollice e indice ad anello, le altre dita aperte, palmo verso il Destinatario	
4. Significato	LEGAME TRA PERSONE O EVENTI	IL MITTENTE LODA IL DESTINATARIO	IL MITTENTE NON SOPPORTA UNA PERSONA
5. Classificazione Grammaticale	Gesto-parola	Gesto-frase	Gesto-frase
6. Classificazione Pragmatica		Lode	Informazione valutativa
7. Classificazione Semantica	Informazione sul Mondo: relazione	Informazione sulla Mente: performativo	Informazione sulla Mente: emozione sociale negativa
8. Significato retorico originario			metafora: non riesco a digerire
9. Significato retorico coesistente		Ironia: critica o rimprovero	

1. **formulazione verbale:** per ogni gesto simbolico è scritta nel gestionario una formulazione verbale che lo accompagna o lo parafrasa. Es. il gesto 1. si può parafrasare “se l’intendono”, “c’è del tenero” o “c’è un rapporto fra loro”;

2. **contesto:** per un gesto, come per una parola, vi sono contesti in cui più tipicamente si usa:
1. ad esempio si può usare parlando di due persone ma anche di due eventi;

3. **sinonimi:** altri gesti che hanno più o meno lo stesso significato del gesto analizzato. Un sinonimo di 1. è la *mano che ruota sul polso con pollice e indice aperti ma curvi*: anche questo gesto significa “c’è un legame”. Tuttavia, come per tutti i sinonimi, il suo significato non è in totale sovrapposizione con quello degli *indici che si avvicinano*: l’altro gesto denota più spesso un legame causale fra due fatti, più difficilmente un rapporto fra due persone.

4. **contenuto semantico:** la definizione vera e propria, simile a quella dei dizionari di parole, che mira a enucleare il significato comune agli usi del gesto in contesti diversi, ed è quindi espressa in forma abbastanza astratta e generale. Il gesto 1 significa: “c’è un legame tra due persone o due eventi”;

5. **classificazione grammaticale:** nei gesti simbolici non ci sono vere e proprie categorie grammaticali come nome o verbo, ma è possibile distinguere gesti olofrastici e articolati, cioè “gesti-frase” e “gesti-parola”, a seconda che abbiano il significato di una frase intera o solo di una parte di frase. *Muovere l’indice e il medio a V davanti alla bocca* vuol dire “fumare” o “sigaretta” è un gesto-parola, *battere le mani* è un gesto-frase: significa “ti lodo”, “ti informo che valuto positivamente il tuo operato”, cioè comprende sia il performativo che il contenuto proposizionale.

6. **classificazione pragmatica:** i “gesti-frase” si classificano, in base al loro performativo, come gesti di domanda (es. il gesto “Ma che vuoi?”), richiesta (“Vieni qui”), minaccia (*indice teso mosso su e giù*, “Guai a te!”), lode (*applauso*, “Bravo!”).







7. **classificazione semantica:** ogni gesto è classificato nel Gestionario come Informazione sul Mondo, l’Identità o la Mente del Mittente. 1., “c’è un nesso” dà un’Informazione sul Mondo, in particolare su una relazione fra due persone o due fatti; 2. “bravo!” e 3. “mi sta qua” informano sulla Mente del Mittente, l’uno su uno scopo (è un performativo di lode), l’altro su un’emozione sociale negativa, l’antipatia.










8. e 9. **figure retoriche** nei gesti: anche di un gesto, come di una parola o di una frase, possiamo avere un uso retorico, cioè diverso da quello letterale (Cap. 6), e quel significato retorico può coesistere con il significato letterale oppure, pur derivandone, averlo offuscato e restare come unico significato del gesto. 2., “bravo!” ha un significato letterale di lode, ma in certi contesti è usato ironicamente come una critica. 3., “Mi sta qua” ha perso il suo significato letterale originario di “non riesco a digerire”, e mantiene solo il significato metaforico “non sopporto quella persona”.

9. Semantica dei gesti simbolici italiani

Fra i gesti simbolici italiani (Tab.5), molti danno Informazioni sul Mondo (Figure 4 – 15): persone (“indiano”, “comunista”) animali (“cavallo”, “asino”), oggetti (“forbici”, “sigaretta”), azioni (“camminare”), proprietà fisiche e mentali (“magro”, “stupido – testardo”), tempi (“ieri”, “dopo”), quantità (“due”). Poiché però non vi è distinzione grammaticale fra nomi e verbi, lo stesso gesto può significare l’oggetto o l’azione: “sigaretta” o “fumare”, “forbici” o “tagliare”. Altri gesti (Figure 16 – 27) danno Informazioni sulla Mente del Parlante: sul grado di certezza delle credenze (“no”, “sono perplesso”); sulla fonte delle credenze comunicate (“cerco di ricordare”, “virgolette”); sul performativo dei propri atti di comunicazione (“attenzione”, “chiedo scusa”); sui legami logici fra le frasi del discorso (“quindi”); sulla presa del turno (“chiedo la parola”, “parla pure”); sulle emozioni (“Victory”, che esprime esultanza, “che vergogna”, e “buono!”, che esprime tipi diversi di piacere fisico o quasi-fisico: un cibo prelibato, ma anche una bella ragazza, o metaforicamente un libro o un film “ghiotto”). Dà infine Informazioni sull’Identità del Mittente *mettersi la mano sul cuore*, che significa “io (o noi), nobile” (Fig.28): un gesto di autopresentazione della propria onestà morale, usato spesso da uomini politici sia italiani che stranieri.

Tabella 5
Gesti simbolici italiani

		
Figura 4 indiano	Figura 5 comunista	Figura 6 cavallo
		
Figura 7 asino	Figura 8 forbici	Figura 9 fumare

		
Figura 10 camminare	Figura 11 magro	Figura 12 stupido / testardo
		
Figura 13 ieri	Figura 14 dopo, domani	Figura 15 due
		
Figura 16 no	Figura 17 sono perplesso / incerto	Figura 18 cerco di ricordare










		
Figura 19 virgolette	Figura 20 attenzione	Figura 21 chiedo scusa
		
Figura 22 quindi / connessione	Figura 23 chiedo la parola	Figura 24 parla pure
		
Figura 25 vittoria!	Figura 26 che vergogna!	Figura 27 buono



Figura 28
io, nobile / noi, nobili

(Le figure 9, 14, 15, 25, 27 sono tratte da I. Poggi (a cura di) (1987), *Le parole nella testa. Guida a un'educazione linguistica cognitivista*, Il Mulino, Bologna; tutte le altre figure sono tratte da I. Poggi (2006), *Le parole del corpo. Introduzione alla comunicazione multimodale*, Carocci, Roma).

Capitolo 13

Il contatto fisico

1. Toccare. La comunicazione aptica

Noi comunichiamo con gli altri anche attraverso il contatto fisico: schiaffi o abbracci, calci o carezze, baci o pizzicotti sono atti comunicativi: segnali di comunicazione aptica (dal greco *apto* = tocco). Toccare gli altri è un sistema di comunicazione molto antico e importante: dopo l'olfatto è il primo rapporto che lega il neonato alla mamma, ed è il veicolo dell'attaccamento e della sicurezza affettiva (Bowlby, 1969; Harlow, 1971; Montagu, 1971).

Diremo che c'è un **"toccare"** quando vi è un contatto fisico fra una parte del corpo di una persona (il Toccante) e una parte di un oggetto o una persona (il Toccato stesso, oppure un altro, il Toccato). Ma non sempre questo comportamento è comunicativo. Noi tocchiamo cose o persone per scopi diversi:

1. **percepire**: tocchiamo un oggetto o una persona per ricavarne informazioni percettive. il cliente del negozio di tessuti tocca una stoffa per sentire se è liscia o ruvida, Giacobbe tocca il falso Esaù per sentire se è peloso;
2. **afferrare**. Tocco una mela per afferrarla e addentarla, un borseggiatore per bloccarlo, uno che ha inciampato per non farlo cadere;
3. **sentire**, cioè provare sensazioni piacevoli o spiacevoli: lisciare una pelliccia per la sensazione di morbidezza che mi dà; toccare qualcosa che punge o che scotta per autopunirmi, come i fachiri o Muzio Scevola);
4. e infine tocchiamo per **comunicare**.

Il **toccare** è **comunicativo** quando vi è un contatto – direttamente sulla pelle o attraverso i vestiti – fra una parte del corpo del Toccante e una parte del corpo del Toccato perché il Toccante ha lo scopo di far avere credenze al Toccato. Una *carezza* comunica "voglio farti provare piacere – (e quindi) – ti amo teneramente"; uno schiaffo significa "voglio fare del male alla tua faccia (fisica o simbolica)". Ovviamente, sia lo scopo di comunicare questi contenuti da parte di chi tocca, sia la sua comprensione da parte di chi è toccato sono spesso taciti, non vi è consapevolezza esplicita, e può essere difficile determinare se un atto di toccare sia davvero comunicativo o no: se la mamma tiene il bimbo di 2 anni sotto le ascelle, non è facile dire se vuole solo sostenerlo o anche fargli capire "ti sostengo". Eppure questo fa una differenza, e una differenza che determina le relazioni sociali e affettive tra persone...

Oltre a capire, per ogni "atto di contatto fisico", se comunica o no, dobbiamo chiederci cosa comunica. E' chiara la differenza fra uno schiaffo e una carezza, ma qual è la differenza comunicativa fra un calcio e una pedata, fra schiaffeggiare e sculacciare, fra un buffetto e uno schiaffetto? Se sono diversi gli atti, diversi saranno i significati che comunicano. Per questo una ricerca all'Università Roma Tre (Poggi et al. 2004) ha cercato di stilare il lessico e la fonologia del contatto fisico. Sono state raccolte 104 "parole di contatto fisico", cioè vocaboli dell'italiano che menzionano atti di toccare – *bacio, schiaffo, calcio, carezza, buffetto, sculacciata, grattini, stretta di mano, pacca, pat-pat...* – e ciascuno è stato analizzato dal punto di vista del segnale, del significato e delle norme d'uso.

2. Aptologia. La fonologia del toccare

Anche per il toccare, come per i gesti (Cap.12), possiamo classificare tutti gli atti di contatto fisico in base a un certo numero di parametri formazionali, i cui valori costituiscono l'“aptologia”, cioè la “fonologia” di tutti i segnali aptici.

Il primo parametro rilevante sono gli organi con cui si tocca e si è toccati. Qui, tralasciando le infinite possibilità di contatto erotico, in cui tutto il corpo può toccare ed essere toccato, ci concentriamo sugli organi che toccano e vengono toccati nella comunicazione quotidiana. Gli altri parametri formazionali, come per i gesti, riguardano il luogo e il movimento (Tab. 1):

Tabella 1
Aptologia. Parametri e valori

Parametri	Sotto-parametri	Valori
Parte toccante		capelli, fronte, testa, ciglia, naso, guancia, barba, labbra, denti, lingua, spalle, braccia, schiena, gomito, mano, dita, unghie, fianco, genitali, gluteo, coscia, ginocchio, piede
Parte toccata		capelli, fronte, testa, sopracciglia, ciglia, occhio, tempia, naso, guancia, orecchio, barba, labbra, lingua, collo, spalla, braccio, avambraccio, petto, busto, stomaco, schiena, gomito, mano, dita, fianco, genitali, gluteo, coscia, ginocchio, polpaccio, caviglia, piede
Luogo o spazio		punto, linea, area
Movimento	Direzione	perpendicolare, obliquo, obliquo circolare, obliquo ad arco
	Pressione	tensione rilassato, delicato, normale, teso
		impatto normale, bloccato, sfiorato
	Tempo	durata breve, medio, lungo
		velocità lento, medio, veloce
		ritmo unico, singolo, ripetuto a scatti, stabile, continuo

1. PARTE TOCCANTE: la parte del corpo del Toccante che tocca il Toccato. Nella *carezza* è la mano, nel *calcio* un piede, nel *bacio* la bocca. I valori trovati per questo parametro nell'aptologia sono 23.
2. PARTE TOCCATA: la parte del corpo del Toccato che viene toccata. 32 valori
3. LUOGO O SPAZIO toccato: 3 valori: un *calcio* e uno *schiaffo* toccano un punto, si *accarezza* lungo una linea, si *gratta* in un'area.
4. MOVIMENTO. Come per i gesti, questo è il parametro più complesso. Si può distinguere un movimento 1 (quello della parte toccante prima del contatto col Toccato) e un movimento 2 (durante il contatto), che può esserci o non esserci: in uno *schiaffo* dopo il contatto la mano si allontana, in una *carezza* indugia sulla parte toccata. Entrambi i movimenti sono articolati in sottoparametri:
 - a. DIREZIONE: il tragitto delineato dalla parte toccante alla parte toccata, con 4 valori;
 - b. PRESSIONE: la forza del movimento, semanticamente rilevante perché distingue contatti amichevoli da contatti aggressivi, e dipendente a sua volta dalla tensione muscolare della parte toccante (4 valori) e dall'impatto fra parti toccante e toccata (3 valori): bloccato nello *schiaffo*, sfiorato nella *carezza*.

TEMPO: lunghezza, frequenza o ripetizione del contatto fisico fra parti toccante e toccata, ha come dimensioni DURATA (3 valori), VELOCITÀ (3 valori) e RITMO, con 5 valori:

unico, quando il contatto è molto breve e non ripetuto (come in uno *schiaffo*, un *pugno*, un *bacio sulla fronte*); singolo quando il contatto persiste per un po' e può essere ripetuto, ma in maniera continua (nel *carezzare*, *strofinare* o *asciugare le lacrime dell'altro*); ripetuto a scatti, quando il contatto si ripete due o più volte (*fare pat-pat* sulla spalla); stabile, se il contatto persiste a lungo senza staccare la parte toccante (*tenersi per mano* o *camminare a braccetto*); continuo, se il movimento si ripete senza pause (*massaggiare* o *strofinare*).

La Tab.2 analizza in termini di parametri formazionali alcuni segnali di contatto fisico.

Tabella 2
Aptologia. Analisi del segnale aptico

ATTO DI TOCCO		<i>Asciugare le lacrime dell'altro</i>	<i>Carezza</i>	<i>Schiaffo</i>	<i>Abbraccio</i>
PARTE TOCCANTE		Indice	palmo o dorso della mano aperta	mano aperta	mani, braccia, busto, petto
PARTE TOCCATA		lacrime, regione degli occhi	Tutto il corpo	guancia	busto, schiena, spalle
SPAZIO		Linea	linea	punto	area
MOVIMENTO 1	DIREZIONE	perpendicolare	perpendicolare	perpendicolare	perpendicolare o obliquo
	DURATA	media	lunga	breve	lunga
	VELOCITÀ	lento	lento	veloce	lento
	RITMO	singolo	singolo	unico	stabile
MOVIMENTO 2	DIREZIONE	parallelo circolare	parallelo	/	/
	DURATA	media	lunga	/	/
	VELOCITÀ	lento	lento	/	/
	RITMO	continuo	continuo	/	/
PRESSIONE	TENSIONE	delicato	delicato	teso	teso
	IMPATTO	sfiorato	normale o sfiorato	bloccato	normale

3. Il toconario. Significati del toccare

Anche per i segnali di contatto fisico è possibile individuare e classificare i significati, e quindi farne un lessico. Chiameremo “toconario” il dizionario del toccare, in cui per ogni segnale aptico si indicano le seguenti informazioni (Tab. 3).

1. **nome o descrizione verbale:** una parola o espressione verbale che menziona il segnale analizzato: es. *bacio, schiaffo, calcio, carezza, asciugare le lacrime dell'altro*.

2. **parafrasi** o espressione verbale che può accompagnare l'atto di tocco. *Asciugare le lacrime dell'altro* può essere accompagnato dall'espressione "*Su, non piangere*"; mentre si fa un *carezza* si può dire "*ti voglio bene*".
3. **significato letterale**: *asciugare le lacrime dell'altro* significa "Voglio consolarti"; una *carezza*, "Voglio darti piacere e serenità".
4. **significato indiretto**: come le parole e i gesti, anche i segnali aptici possono avere un significato indiretto, inferibile da quello letterale, e che però è quello veramente inteso dal Mittente. Si accarezza per dare serenità, ma a volte lo si fa per calmare una persona: quindi il significato indiretto della carezza può essere in certi casi "Voglio che tu stia calmo".
5. **significato originario**: come per alcuni gesti, anche i segnali di contatto fisico possono aver origine, attraverso il meccanismo della ritualizzazione (Eibl-Eibesfeldt, 1970 b), da azioni non comunicative: *abbracciare* deriva probabilmente dal desiderio di circondare l'altra persona, quasi a incorporarla, renderla parte di sé.
6. **scopo sociale**: ogni contatto fisico esprime la disposizione sociale del Toccante verso il Toccato. Lo scopo è AGGRESSIVO, quando l'atto di toccare mira a fare male all'altro (come nello *schiaffo*); vi sono poi tre tipi di scopi adottivi, che si distinguono per la relazione di potere cui fanno appello nei confronti del Toccato: il contatto fisico è PROTETTIVO se offre aiuto o affetto (fra due anziani coniugi, il marito che *porge il braccio* alla moglie); AFFILIATIVO se chiede aiuto o affetto (la moglie che *si appoggia al braccio* del marito); AMICHEVOLE quando offre aiuto o affetto ma senza implicare una differenza di potere (due amiche che *vanno a braccetto*).

Così si può analizzare, dal punto di vista semantico, ogni segnale comunicativo di contatto fisico.

Tabella 3
Toccare. Analisi del significato

SEGNALE APTICO	<i>Asciugare le lacrime dell'altro</i>	<i>Carezza</i>	<i>Schiaffo</i>	<i>Abbraccio</i>
PARAFRASI O ACCOMPAGNAMENTO VERBALE	Su, non piangere	Ti voglio bene		Ti voglio bene
SIGNIFICATO LETTERALE	Voglio consolarti	Voglio darti serenità	Voglio punirti	Ti voglio bene
SIGNIFICATO INDIRETTO		Cerca di calmarti	Voglio mostrare che non hai potere per opposti → Voglio umiliarti	
SIGNIFICATO ORIGINARIO	Voglio portarti via il tuo dispiacere come ti porto via le lacrime	Voglio darti una sensazione piacevole	Voglio fare del male alla tua faccia	Voglio avvolgerti, incorporarti in me

SCOPO SOCIALE	Protettivo	Amichevole	Aggressivo	Amichevole / Protettivo
---------------	------------	------------	------------	----------------------------

4. Chi, dove e quando toccare: norme d'uso del toconario

Fra le regole che costituiscono un lessico, un'informazione molto importante sono le norme d'uso che regolano chi, dove e quando si può usare il segnale analizzato, che in genere variano da cultura a cultura; presenti anche per ogni segnale di contatto fisico, si annotano nel Toconario (Tab. 4).

1. **tempo:** in quale momento di un incontro faccia a faccia si esegue in genere il segnale di contatto fisico: all'inizio, alla fine o durante l'incontro.
2. **scopo interazionale:** gli scopi per cui i partecipanti interagiscono determinano come dev'essere interpretato il segnale di contatto fisico. Il contatto è **AFFETTIVO**, se usato per stabilire un tipo di interazione in cui comunicare un affetto positivo o negativo e sincero, cioè carico di vera emozione (*abbraccio, pugno*); **EROTICO**, se fa parte o prefigura un contatto sessuale (*bacio sul collo*); **RITUALE** se è governato da norme cerimoniali (il parroco che *lava i piedi* ai sacerdoti nella cerimonia del Giovedì Santo) o da regole di cortesia o di etichetta, finalizzate a rendere fluide le interazioni sociali (*bacio sulle guance* fra i presidenti di due stati); **SCHERZOSO**, se il contatto fisico è usato violando ostentatamente le regole d'uso stesse per instaurare una relazione di familiarità e un clima giocoso (*pacca sul sedere* tra femmine o da una femmina a un maschio).
3. grado di **intimità:** se il gesto di contatto fisico si usa solo fra amanti, o con amici, conoscenti, sconosciuti;
4. **relazione di potere** fra Toccante e Toccato: se il gesto si può usare solo con persone di status inferiore (Toccante > Toccato), tra pari (Toccante = Toccato), o anche con persone di status superiore (Toccante < Toccato).

Analizziamo alcuni segnali di contatto fisico.

Tabella 4
Il toccare. Norme d'uso

Segnale di contatto fisico	Tempo	Scopo interazionale	Intimità	Relazione di Potere		
				>	=	<
<i>bacio sul collo</i>	durante l'incontro	Erotico	amanti	x	x	
<i>bacio sulle guance</i>	apertura e chiusura dell'incontro	Affettivo, Rituale	amici, conoscenti	x	x	x
<i>pugno sul braccio</i>	Apertura dell'incontro	Scherzoso	amici	x	x	

Queste norme d'uso possono variare in situazioni storiche e sociali molto particolari, ad esempio durante una pandemia, in cui è sconsigliato o addirittura proibito, per ragioni di sicurezza, il contatto fisico tra persone. Allora segnali che in altri momenti hanno un certo

significato ne assumono un altro: ad esempio, una *gomitata*, che è in genere un atto allusivo, diventa un gesto di saluto cordiale come quello preesistente della *stretta di mano*.

5. Il Tocconario: una ricerca empirica

Nella ricerca illustrata, l'analisi semantica sui segnali di contatto fisico è stata condotta in parte con la metodologia dei Giudizi del Parlante, basata sulle intuizioni comunicative del ricercatore, in parte con una ricerca empirica. Per i 104 segnali di contatto fisico raccolti è stato ipotizzato un significato in base alle intuizioni del ricercatore; poi per 21 di essi le ipotesi sono state verificate sottoponendo a 46 soggetti (23 maschi e 23 femmine) un questionario che indagava gli aspetti semantici e le norme d'uso di ogni segnale.

Il significato ipotizzato per i 21 segnali di contatto fisico è stato confermato in una percentuale fra il 45% e l'89%. Il significato più condiviso è "dammi il cinque", il gesto di complicità e reciproco augurio in cui *si batte il palmo della mano aperta sul palmo del Destinatario*. Per 9 segnali su 21 il significato ipotizzato è stato confermato da più del 65% dei soggetti.

Interessanti i risultati sulle norme d'uso dei segnali contenuti nel questionario. Ai soggetti si chiedeva se gli piaceva toccare un'altra persona, chi toccavano di più, su quali parti del corpo, se non amavano toccare, perché; se gli faceva piacere essere toccati, da chi, in quali parti del corpo e perché, e se no, perché.

In generale, la frequenza con cui i soggetti dicono di toccare altri e di esserne toccati è simile per maschi e femmine. Più del 50% delle femmine non toccano mai né sono toccate da sconosciuti, raramente si toccano con i conoscenti, da raramente a spesso o molto spesso con amici e parenti; il 78% toccano o sono toccati spesso o sempre dal partner. Circa un terzo sia dei maschi che delle femmine toccano e sono toccati raramente dai parenti, ma il toccare assume un significato di intimità poiché sia maschi che femmine raramente toccano le persone conosciute ma non intime. Entrambi non toccano né sono toccati da sconosciuti in nessuna parte del corpo. Le parti del corpo dei maschi toccate più di frequente sono le spalle (19% da conoscenti, 30% da amici e 30% da parenti). Al crescere dell'intimità corrisponde un aumento nella quantità di parti del corpo soggette a contatto fisico: le donne toccano capelli, guance, spalle, braccia e mani di amici e parenti.

Perché si tocca, e perché no? Quando non si tocca è per mancanza di intimità (34%) o perché si pensa che l'altro troverebbe spiacevole essere toccato (26%). Le ragioni per cui più spesso fa piacere essere toccati invece sono, per i maschi, che si sentono più considerati (28%) o più amati (28%), per le femmine specialmente perché si sentono amate (39%). Le femmine (30%) provano fastidio ad essere toccate più spesso degli uomini (19%), e la ragione più frequente è per entrambi la scarsa intimità; ma a volte, per le femmine, è che sentono l'altro come morboso o viscido. Un dato interessante è che quando si è toccati su parti del corpo più tipicamente coinvolte nel contatto erotico, come labbra, cosce o fianchi, i soggetti provano meno fastidio se a toccarli è uno sconosciuto rispetto a un conoscente o un amico. Forse perché quando ti tocca uno sconosciuto puoi pensare che non l'ha fatto di proposito, ma se lo fa qualcuno che conosci tendi a pensare che stia superando la barriera di intimità che distingue il conoscente dall'amico e l'amico dal partner, ed è questo che ti mette in allarme. Tutto ciò dimostra quanto il contatto fisico sia un segnale di intimità, di vicinanza interazionale: infatti è il primo messaggero di affetti nella nostra vita. Per questo si è applicata l'analisi anche al contatto fisico tra madre bambino.

6. Il contatto fisico tra madre e bambino: un rivelatore di affetti e disposizioni all'interazione

E' nota l'importanza del contatto fisico con la madre per lo sviluppo affettivo e relazionale del bambino: sia l'interazione che la relazione madre-bambino acquistano qualità e intensità diversa a seconda della quantità e del tipo di reciproco contatto fisico, per cui l'analisi di quanto e come madre e figlio si toccano può essere un rilevante indizio del loro rapporto. L'analisi del contatto fisico è stata dunque applicata all'interazione fra tre mamme e i loro rispettivi bimbi, due femmine (M di 36 mesi e S di 37) e un maschio (T di 32 mesi) (Poggi, 2006). Ogni coppia è stata videoregistrata per tre ore in momenti di interazione spontanea a casa di mattina, e si sono analizzati 20 minuti per ogni coppia.

Ogni comportamento di contatto fisico è stato descritto come segnale (in base ai suoi parametri formazionali) e come significato, e classificato quanto al rapporto di potere instaurato da Toccante a Toccato, allo scopo interazionale e al tipo di atto comunicativo.

I tipi di atto comunicativo individuati sono i seguenti:

OFFERTA DI AIUTO (es. *la mamma sostiene M tenendole la mano*),

OFFERTA DI AFFETTO (*T abbraccia la mamma*),

Qui l'atto adotta gli scopi del Destinatario, cercando di farlo sentire aiutato e amato

RICHIESTA (*S afferra il braccio della mamma e la tira verso di sé*),

RICHIESTA DI AIUTO (*M tocca la mano della mamma per appoggiarvisi*),

RICHIESTA DI AFFETTO (*T mette le braccia fra le braccia della mamma*),

PROPOSTA (*M tocca la mano della mamma nel mostrarle un giocattolo*)

il Mittente chiede al Destinatario di adottare un proprio scopo, o nel caso della proposta uno scopo di entrambi

RICHIESTA NEGATIVA O PROIBIZIONE (*M toglie con forza la bambola alla mamma*),

il Mittente cerca di impedire o di proibire al Destinatario di compiere un'azione

CONDIVISIONE (*M tocca il naso della mamma con un oggetto per farglielo annusare*).

il Mittente cerca di far avere al Destinatario la sua stessa esperienza (sensazione, emozione, informazione) per aumentare il senso di vicinanza e sintonia reciproca.

In genere c'è congruenza fra rapporto di potere, atto comunicativo e scopo interazionale. Ad es.: la bimba si appoggia con la mano sulla mano della mamma: lei ha meno potere del Toccato e compie un atto di richiesta, con scopo interazionale di affiliazione; quando la mamma sostiene la bimba tenendole la mano nella sua, ha più potere della figlia e le offre aiuto con uno scopo protettivo. Negli atti di condivisione vi è uguale potere e uno scopo amichevole; in un caso la bimba toglie la bambola alla mamma, un atto quasi di proibizione con scopo aggressivo, e in cui la bimba si mantiene in posizione dominante.

L'analisi ha permesso di distinguere tre stili di interazione nelle tre coppie madre-figlio. La coppia T+L, in cui il bambino è un maschietto, mostra l'interazione affettiva più intensa: madre e figlio si toccano molto più spesso delle altre coppie e gli atti di contatto fisico della mamma verso il bimbo sono molto più spesso di tipo amichevole o protettivo. Nella coppia S+N specialmente nella bimba la comunicazione di contatto fisico è la più povera. La coppia M+R mostra il profilo più articolato: l'iniziativa viene molto più spesso dalla bimba che dalla madre (la bambina tocca la madre 13 volte, contro le 7 della madre), laddove nelle altre due coppie è quasi sempre la madre che prende l'iniziativa; inoltre, M mostra la più alta quantità e varietà di gesti di contatto fisico, ed è infine l'unica, nelle tre coppie, che compie anche atti di tipo aggressivo.

Capitolo 14

Lo sguardo

1. Vedere, guardare, sentire, pensare, comunicare

“In un momento / dar retta a cento / con le pupille / parlar con mille”. Questo predica Despina, nel *“Così fan tutte”* di Mozart, col suo decalogo su ciò che deve saper fare una donna a quindici anni. Sì, perché gli occhi parlano: lo sguardo è un sistema di comunicazione con una struttura ricca e articolata, una fonologia, forse anche una morfologia, e un lessico con un’ampia gamma di significati. Gli occhi sono lo specchio dell’anima, ma anche della nostra mente e a volte della realtà esterna.

Come abbiamo visto per il toccare, anche con gli occhi ci servono

1. per **vedere**, cioè immagazzinare informazione attraverso la percezione visiva. Aspettando l’autobus vedo tre persone alla fermata, ma neanche ci faccio caso. I miei occhi svolgono solo una funzione recettiva: acquisire informazione sul mondo;
2. **guardare**, cioè vedere con l’intenzione di farlo. Se alla fermata c’è un adolescente, guardo com’è vestito, per tenermi aggiornata sulla moda. Se c’è un signore che parla da solo lo “tengo d’occhio” per essere pronta ad allontanarmi in caso di stranezze;
3. **sentire**. la percezione visiva è fonte di sensazioni positive e negative e piaceri estetici (Argyle, Cook 1976): guardare una bella donna, un bel tramonto, un bel quadro, un particolare scabroso o una scena raccapricciante.

In questi casi gli occhi svolgono una funzione recettiva, immagazzinano informazione potenzialmente utile per i nostri scopi (pratici, estetici, di pura conoscenza...): la direzione è dal mondo alla nostra mente. Ma gli occhi ci servono anche

4. per **pensare**. Quando ti concentri *alzi gli occhi al cielo o li chiudi*, l’occhio è *perso nel vuoto* quando sei assorto: gli occhi aiutano i processi del pensiero.
5. Infine gli occhi servono per **comunicare**: coi loro movimenti e tratti morfologici facciamo avere informazioni agli altri, deliberatamente o meno (Kendon, Cook 1969). Se uno mi pesta un piede sull’autobus lo fulmino con lo sguardo, una comunicazione deliberata e cosciente; ma se ho fatto nottata, le mie occhiaie lo dicono mio malgrado, per uno scopo esterno biologico di informare sul mio stato di stanchezza.

2. Parole sullo sguardo e parole dello sguardo

Lo sguardo è un sistema di comunicazione, con un lessico (specifici segnali collegati a significati), una fonologia (regole per la costruzione di quei segnali) e forse anche una morfologia (accoppiamenti fra aspetti dei segnali e dei significati). Ma come fare a scrivere questa “grammatica” dello sguardo?

Per capire quali sono e come sono fatte le “parole” dello sguardo adottiamo l’approccio “etnosemantico” (Berlin, Kay 1969), che definisce i concetti di senso comune partendo da come sono distinti e organizzati nel linguaggio quotidiano. Poiché la lingua è uno specchio della nostra concettualizzazione della realtà, quando un’area di significato vi è ampiamente rappresentata, ciò significa che quella funzione è centrale in quella cultura, e quelle tracciate dalla lingua sono rilevanti distinzioni concettuali.

In una lingua come l'italiano, il russo o l'inglese vi sono molte parole, frasi ed espressioni concernenti lo sguardo, gli occhi, il guardare (Kreidlin 2003; 2004). L'analisi etnosemantica di 125 parole ed espressioni italiane (Tab. 1) mostra innanzitutto che le parole "sullo sguardo" adombrano la distinzione tra "occhi per vedere" (es., *adocchiare*), "guardare" (*scrutare* e *dare uno sguardo*), "sentire" (*guardone* e *rifarsi gli occhi*), "pensare" (*sguardo perso nel vuoto*) e "comunicare" (*ammiccare* e *occhiata*). E per certe parole polisemiche (con più significati), le diverse letture rientrano in classi diverse: *fissare* è un modo di guardare (fissare qualcosa) ma anche un modo di comunicare (guardare fissamente qualcuno).

Inoltre, poiché lo sguardo comprende un segnale (i comportamenti o tratti morfologici della regione oculare) e un significato (le informazioni che comunica), quelle parole possono riferirsi all'uno, all'altro o ad entrambi. *Guardare dritto negli occhi* menziona solo la direzione degli occhi nel guardare l'altro (segnale), ma solo in modo indiretto o metaforico fa capire che chi guarda così si rivolge all'interlocutore in modo serio e grave; *fare gli occhi dolci* informa sul significato (corteggiare), ma non dice nulla su come lo si produce; *guardare dall'alto in basso* sia sul significato di questo tipo di sguardo ("mostrare disprezzo per qualcuno") sia sul segnale, cioè sulle azioni che si compiono: chi guarda con disprezzo alza il mento per mostrare dominanza, cosicché gli occhi per guardarti guardano in basso!

La Tab.1 mostra la ricchezza e la precisione semantica sia dello sguardo sia della sua concettualizzazione nelle parole italiane, distinguendole a seconda che portino Informazioni sul Mondo, sull'Identità o sulla Mente del Mittente. Di ogni parola o espressione relativa a un guardare comunicativo (col.1) è esplicitato il significato (col.2) e la classificazione in classi e sottoclasse di significati (col.4 e 3).

Ad esempio, *indicare con lo sguardo* è un modo per costruire un referente: lo chiameremo "sguardo deittico" perché è l'equivalente dei "gesti deittici", i gesti di indicazione visti nel Cap. 11: dunque è uno sguardo che dà Informazioni sul Mondo.

Molti sguardi, fra quelli con un nome in italiano, portano informazioni sulla Mente del Mittente. Sul grado di certezza delle credenze (uno *sguardo serio* fa capire che sto parlando seriamente, mi prendo la responsabilità di ciò che dico); informazioni metacognitive (*aggrottare le sopracciglia* per mostrare che mi sto concentrando); e poi Informazioni sugli Scopi del Mittente: richiesta d'attenzione (*occhiata*, *fissare*), replica positiva o negativa (*ricambiare lo sguardo*, *distogliere lo sguardo*). Ci sono parole per sguardi che esprimono accordo, complicità, sfida, minaccia, rimprovero. Ma più numerose sono quelle per sguardi che esprimono emozioni: sorpresa, terrore, vari gradi di tristezza (*occhi tristi*, *occhi lucidi*, *sguardo perso nel vuoto*), rabbia e furia (*accigliato*, *fulminare con lo sguardo*, *occhi iniettati di sangue*), amore (*fare gli occhi dolci*, *occhio languido*); altri infine informano sull'Identità del Mittente, su tratti di personalità come severità, orgoglio, presunzione (*occhi di ghiaccio*, *accigliato*, *guardare dall'alto in basso*).

Anche qui alcune parole sono polisemiche. *Aggrottare le sopracciglia* si può interpretare come segno di rabbia, ma anche come informazione metacognitiva: ti concentri perché c'è qualcosa che non capisci. A volte, addirittura, il nome ha un significato diverso dal verbo: l'espressione idiomatica verbale *sbarrare gli occhi* è più spesso interpretata come sorpresa, il nome + aggettivo *occhi sbarrati* come terrore o angoscia.

Tabella 1
Le "parole sullo sguardo" e i loro significati

1. PAROLA O ESPRESSIONE	2. SIGNIFICATO	3. SOTTOCLASSE DI SIGNIFICATI	4. CLASSE SIGNIFICATI
Indicare con lo sguardo	Mi riferisco a quella cosa / persona che è là	Riferimento	Informazioni sul mondo
<i>Sguardo serio</i>	Sono serio, non sto scherzando	Certezza	Credenze
<i>Aggrottare le sopracciglia</i>	Sono concentrato / Non capisco	Inf. metacognitiva	
<i>Occhiata</i>	Mi rivolgo a te (ma non voglio che altri lo vedano)	Richiesta di attenzione	Scopi
<i>Rivolgere lo sguardo</i>	Mi rivolgo a te		
<i>Fare cenno con lo sguardo</i>	Voglio attrarre la tua attenzione		
<i>Fissare</i>	Mi rivolgo a te (e tu non puoi sfuggire alla mia richiesta di attenzione)		
<i>Fare capolino</i>	Io sono qui (timidamente)		
<i>Occhieggiare</i>	Mi faccio vedere ogni tanto, chiedendo timidamente la tua attenzione		
<i>Ricambiare lo sguardo</i>	Accetto la tua richiesta di attenzione		
<i>Distogliere lo sguardo</i>	Non voglio vedere	Replica	
<i>Aggrottare le sopracciglia</i>	Non ci credo	Diffidenza	
<i>Ammiccare</i>	Richiamo la tua attenzione / Sono d'accordo con te	Accordo, complicità	
<i>Fare l'occhietto</i>	Siamo complici (siamo d'accordo su cose un po' illecite)		
<i>Guardare di traverso</i>	Non mi fido di te / Disapprovo	Disapprovazione	
<i>Occhiataccia</i>	Sono arrabbiato con te, disapprovo fortemente		
<i>Occhi cattivi</i>	Voglio farti del male	Minaccia	
<i>Sguardo severo</i>	Ti rimprovero	Rimprovero	
<i>Guardare dritto negli occhi</i>	Mi rivolgo proprio a te, non puoi scappare	Accusa	
<i>Sbarrare gli occhi</i>	Sono sorpreso	Sorpresa	Emozioni
<i>Sgranare gli occhi</i>	Sono sorpreso e voglio capire meglio		
<i>Fare tanto d'occhi</i>	Sono sorpreso		
<i>Occhi sbarrati</i>	Sono terrorizzato	Terrore	
<i>Occhi stralunati</i>	Sono molto turbato	Dolore	
<i>Occhi fuori dalle orbite</i>	Sono fuori di me		
<i>Occhi sbarrati</i>	Sono angosciato		
<i>Occhi tristi</i>	Sono triste	Tristezza	
<i>Sguardo perso nel vuoto</i>	Sono concentrato sui miei tristi pensieri		
<i>Sguardo fisso</i>	Sono concentrato sui miei pensieri (di rabbia o angoscia)		
<i>Occhi lucidi</i>	Sto per piangere		
<i>Occhi rossi</i>	Ho pianto, sono molto triste		
<i>Chiudere gli occhi</i>	Sono stanco, voglio stare solo con me stesso		
<i>Occhi bassi</i>	Mi vergogno	Vergogna	
<i>Occhi iniettati di sangue</i>	Sono furioso	Furia	
<i>Accigliato</i>	Sono arrabbiato		

<i>Corrucciato</i>	Sono di cattivo umore	Rabbia	
<i>Fulminare con lo sguardo</i>	Sono molto arrabbiato con te		
<i>Fare gli occhiacci</i>	Sono molto arrabbiato con te		
<i>Sguardo duro</i>	Non avrò pietà		
<i>Sguardo gelido</i>	Sento una rabbia fredda verso di te		
<i>Occhi che brillano</i>	Sono felice	Felicità, Entusiasmo	
<i>Occhi che luccicano</i>	Desidero fortemente (che avvenga un evento o di fare un'azione)	Desiderio	
<i>Mangiare con gli occhi</i>	Desidero fortemente qualcosa		
<i>Fare gli occhi dolci</i>	Sono innamorato di te	Amore	
<i>Sguardo sognante</i>	Sto sognando (qualcuno di cui sono innamorato)		
<i>Occhio languido</i>	Mi consumo d'amore per te		
<i>Occhi negli occhi</i>	Ti amo, potrei stare ore a guardarti, mi piaci		
<i>Flirtare</i>	Ti faccio la corte		
<i>Mangiarsi con gli occhi</i>	Desidero, ammiro, mi piace / Voglio essere deliziato dalla tua vista		
<i>Spogliare con gli occhi</i>	Ti desidero		
<i>Sguardo di sfida</i>	Non ho paura di te, Ti sfido	Sfida	Espressione di dominanza/ sottomissione
<i>Guardare in faccia</i>	Non ho paura di te, Sono tuo pari		
<i>Guardare di sottocchi</i>	Attento, ti controllo (senza parere)		
<i>Guardare di sotto in su</i>	Sono tuo servitore (ironico); Ti giudico		
<i>Guardare dall'alto in basso</i>	Sono superiore a te		
<i>Cipiglio</i>	Sono severo, non indulgente	Severità	Identità: Personalità
<i>Occhi di ghiaccio</i>	Sono inflessibile con te		
<i>Altero</i>	Sono superiore a te, a tal punto che addirittura non ho bisogno di tenerti sotto controllo	Orgoglio	
<i>Altezzoso</i>	Sono superiore a te, quindi non ho bisogno di guardarti		
<i>Guardare dall'alto in basso</i>	Sono superiore a te		
<i>Occhi da pesce morto</i> (a Roma, <i>occhi da pesce fracico</i>)	Sono stupido (Fingo ironicamente di essere stupido)	Stupidità	

3. Optologia: la fonologia degli occhi

Se è così ricco il repertorio comunicativo dello sguardo, evidentemente noi siamo in grado di fare distinzioni sottili fra sguardi diversi, così come distinguiamo le parole – *calo* da *caso*, da *caro*, da *callo* – per piccole sfumature di suono nei fonemi che le costituiscono. Anche lo sguardo dunque ha una fonologia, che chiameremo “optologia”: una serie di regole per combinare tratti o azioni degli occhi dando luogo a tutta la gamma di sguardi possibili.

Analizzando 300 casi di sguardo in materiali videoregistrati sono stati individuati i parametri formazionali dello sguardo, ognuno con un certo numero di valori possibili (Tab. 2) (Poggi 2006; Poggi, Pelachaud, de Rosis 2000; Poggi, Pelachaud 2002c).

La regione del viso rilevante per la comunicazione con lo sguardo comprende sopracciglia, palpebre superiori e inferiori, occhi e occhiaie. Per ognuna di queste parti o loro sottoparti si considerano alcuni aspetti, movimenti o tratti morfologici: per gli occhi ad esempio è

pertinente la posizione, la direzione, l'umidità, la messa a fuoco, la dilatazione della pupilla; le palpebre possono aprirsi, chiudersi, vibrare, sbattere, ammiccare; e per i movimenti anche la durata è importante.

Tabella 2

I parametri formazionali dello sguardo

PARAMETRO		SOTTO-PARAMETRO		VALORI
Sopracciglia	destra / sinistra	Parte interna		default / su / giù
		Parte centrale		default / su / giù
		Parte esterna		default / su / giù
Palpebre	destra / sinistra	Superiore	posizione	default / sollevata / abbassata / chiusa
			tensione	default / tesa / corrugata
			movimento	ammicca / sbatte / vibra
		Inferiore	posizione	default / sollevata / abbassata
			tensione	default / tesa / corrugata
		Angolo esterno	direzione	default / su / giù
			tensione	Default / tesa / corrugata (zampe di gallina)
			apertura	aperto / stretto / chiuso
Occhi	destra / sinistra	Umidità		Asciutto / umido / lacrime
		Arrossamento		no / arrossato / iniettato di sangue
		dilatazione della pupilla		default / dilatata / stretta
		messa a fuoco		Sì / no
		posizione dell'iride		centro / sinistra / destra / su / giù / angolo destro / angolo sinistro / combinazioni
		direzione dell'iride		avanti / su / giù / sinistra / destra / non a fuoco / combinazioni
		direzione della testa		avanti / su / giù / sinistra / destra / combinazioni
		direzione del busto		avanti / su / giù / sinistra / destra / combinazioni
		Interlocutore		davanti / dietro / sopra / sotto / sinistra / destra / combinazioni
Occhiaie	destra / sinistra		default / scavata	
Durata				breve / media / lunga

Lo sguardo ha dunque un alfabeto molto complesso. Ma come si decide se un parametro è rilevante o no? Semplice: un parametro è pertinente se cambiando un valore in uno sguardo ne cambia il significato. I movimenti delle sopracciglia, ad esempio, sono un parametro molto importante (Eibl-Eibesfeldt 1972; Ekman 1979; Costa, Ricci Bitti 2003): le usi per esprimere emozioni come rabbia, sorpresa, preoccupazione, ma anche per enfatizzare ciò che dici (informazioni sul topic e sul comment della frase), o per far capire all'altro che non sei d'accordo su quel che dice. Le palpebre sono *chiuse* quando vuoi concentrarti o ritrarti dall'interazione, *semiaperte* nell'occhio languido dell'innamorato, o nell'occhio "da pesce fraco" che fai quando, autoironicamente, vuoi apparire un po' tonto; *semichiuse* quando fai gli occhi piccoli guardando con odio. Le occhiaie, governate da scopi biologici, sono espressive se non comunicative: *infossate* rivelano stanchezza o esaurimento fisico. Per gli occhi, l'umidità può rivelare gioia o entusiasmo (*occhi che brillano*) o dolore (*lacrime*);

l'*arrossamento* può svelare che hai pianto (grande tristezza) o rabbia intensa (*occhi iniettati di sangue*). La *pupilla dilatata* rivela eccitazione sessuale; e l'occhio *perso nel vuoto*, che non mette a fuoco, mostra che sei perso nei tuoi pensieri.

Quanto al comportamento spaziale degli occhi, la direzione (Kendon 1967; Rossano 2013) dell'iride è importante non solo in senso assoluto quanto relativamente alla direzione del capo e del busto, e alla posizione dell'interlocutore. In genere occhio, testa e busto sono tutti volti verso l'interlocutore, e ogni sguardo che si discosta da questo *défault* è significativo. Nel flirt fra due giovani in Nuova Guinea, il *capo* della fanciulla è *volto altrove*, ma gli *occhi guardano furtivamente* il ragazzo, con seduttiva ostentata timidezza. Ma anche nel "guardare di traverso" per mostrare diffidenza è proprio l'incoerenza di direzione di occhi, testa e busto che rivela, quasi, un conflitto se fidarmi o no.

Anche la durata dello sguardo è importante, perché il tempo per cui si può sostenere uno sguardo è determinato da regole ferree (Argyle, Cook 1976): uno sguardo più lungo di pochi secondi è per forza uno sguardo di amore o uno sguardo di sfida. Si guardano fisso negli occhi la mamma col bambino, mostrandosi reciproco amore; o sennò due bulli del vicolo che stanno per venire alle mani, ciascuno per dimostrare all'altro che è lui il più forte.

4. L'Occhionario

E veniamo al lessico dello sguardo. Per trovarne i segnali lo costituiscono utilizziamo una metodologia deduttiva: per ciascuna delle classi e sottoclassi della nostra tipologia in Informazioni sul mondo, sull'Identità e sulla Mente del Mittente cerchiamo quali segnali dello sguardo le comunicano.

4.1. Informazioni sul Mondo

Con lo sguardo possiamo comunicare sugli eventi del mondo esterno, le entità cui accadono (oggetti, persone, animali, fatti, discorsi), le loro proprietà e relazioni, la loro collocazione nel tempo e nello spazio. Possiamo riferirci al contesto fisico (sguardi deittici) e informare su proprietà fisiche di oggetti (sguardi attributivi).

Sguardi deittici. Uno sguardo deittico significa "mi riferisco a qualcosa che è in quel luogo", che può essere una persona, un oggetto o un evento, ma si usa in genere quando non è bene far capire troppo chiaramente ad altri che stiamo indicando qualcosa o qualcuno. Meno visibile di un gesto di indicazione, è un modo di indicare più furtivo; infatti spesso la direzione dell'iride non è la stessa di quella del volto: col viso mi rivolgo all'interlocutore, con gli occhi all'oggetto o persona che voglio indicare, ma se possibile senza far vedere a terzi che proprio lì dirigo l'attenzione mia e del mio interlocutore.

Sguardi attributivi. Chiamiamo "attributivo" uno sguardo che su proprietà del referente, fisiche e in certi casi, metaforicamente, astratte o mentali. La nonna che racconta la fiaba *strizzo gli occhi* fin quasi a chiuderli quando parla di oggetti piccoli (*una seggiolina piccina picciò*), *spalanca gli occhi* nel parlare dell'orco che *"aveva degli stivali grandi grandi"*. Una comunicazione se non iconica, motivata: quando guardiamo cose piccole "aguzziamo" gli occhi, li stringiamo per vedere meglio. Ma *spalancare* e *stringere gli occhi* può anche indicare

qualità astratte o mentali, come la sottigliezza concettuale: l'insegnante *stringe gli occhi* quando delinea una distinzione più sottile o scende da un caso generale a un sottocaso.

4.2. Gli occhi dell'Identità

La comunicazione sulla propria Identità spesso è tacita o inconsapevole, e a volte è veicolata più da tratti morfologici che da azioni o movimenti. Le "zampe di gallina", piccole rughe ai lati degli occhi, ci dicono l'età di una persona, la sua plica palpebrale (quella degli "occhi a mandorla") dice l'etnia di appartenenza. Ma gli occhi esprimono anche tratti di personalità: nello sguardo di una persona altezzosa, la direzione degli occhi che ti guardano è diversa da quella del viso (*un po' verso l'alto* come a volersi allontanare) e le *palpebre* sono *semichiusa*, come a dire: "mi disgusti + non ho bisogno neanche di guardarti: ho più potere di te". Un dantesco, altezzoso "non ti curar di lor, ma guarda e passa".

4.3. Gli occhi della Mente

Anche lo sguardo dà al nostro interlocutore informazioni sulle nostre credenze, scopi ed emozioni.

Credenze. Riguardo al grado di certezza delle credenze che stiamo comunicando, *aggrottare lievemente le sopracciglia* fa capire che stai parlando sul serio e che sei sicuro di ciò che dici; e *sollevi le sopracciglia senza spalancare gli occhi* per mostrare dubbio o perplessità.

Gli sguardi segnalano anche processi di pensiero. *Aggrotti le sopracciglia senza guardare l'interlocutore*, o *chiudi gli occhi* per far capire che ti stai concentrando; *guardi nel vuoto* se pensi ai casi tuoi; se ti fanno una domanda sulla tua vita passata, *guardi in basso a sinistra* (Bandler, Grinder 1979) perché recuperi ricordi dalla memoria autobiografica; ma se la domanda te la pone il professore all'esame *guardi in alto*, perché cerchi in una memoria che non ti tocca personalmente (date, nozioni studiate sui libri); e *alzi gli occhi al cielo* nel fare inferenze o nel pianificare (cioè nel ragionare o escogitare soluzioni).

Scopi. Fra gli sguardi performativi, *guardi l'interlocutore* semplicemente per rivolgerti a lui, lo *guardi fisso* per chiedergli attenzione più insistentemente; gli *lanci un'occhiata* se non vuoi che altri vedano. *Aggrotti le sopracciglia* nel fare una domanda aperta, le innalzi con una domanda sì/no, *ricambi lo sguardo* per accettare una richiesta d'attenzione, *distogli lo sguardo* per non rispondere. Per distinguere il *topic* dal *comment*, durante il *topic non guardi l'interlocutore*, e quando sei arrivato al *comment* lo *guardi fisso negli occhi*.

Alcuni sguardi informano sulla struttura del discorso: espressioni avversative come *ma*, *al contrario* sono accompagnate da un *innalzamento delle sopracciglia*; per dire che si sorvola su un certo argomento *si socchiudono gli occhi brevemente*.

Infine, nella conversazione *apri di più gli occhi guardando negli occhi chi sta parlando* per chiedere il del turno; lo *guardi di traverso* per esprimere disaccordo. E altro.

Emozioni. Infine gli occhi come specchio delle emozioni. *Occhi che brillano* esprimono felicità o entusiasmo, le *sopracciglia oblique* mostrano tristezza, gli *occhi sbarrati* terrore, le *sopracciglia innalzate con occhi spalancati* sorpresa; le *rughe verticali* sulla fronte prodotte dall'*aggrottamento delle sopracciglia* esprimono preoccupazione... e così via.

4.4. Significati indiretti dello sguardo

Questi significati possono essere comunicati con lo sguardo anche in modo indiretto, a volte attraverso tortuosità inferenziali.

(1)

Giulio Andreotti racconta come ha preso coscienza della propria vena ironica. *“Mi accorsi di avere un carattere... così, un po’ ironico, occasionalmente. Ero in tram – allora sì ero in tram al centro di Roma e e l’..., nell’uscire un tizio molto alto mi dette una pestata di piedi terribile. E... mi disse, “Ah scusa bambino, perché io sono un mutilato”. Dissi “No, la scuso perché non l’ha fatto apposta, ma se tutti i mutilati mi passassero sui piedi...”*

Nel dire *“molto alto”*, Andreotti *alza gli occhi* come per guardare in alto, evocando così la statura del signore che gli ha pestato il piede; poi nella parola *“peshtata”* pronuncia la /s/ con il fonema //ʃ/, che aggiunge una sfumatura di deplorazione o indignazione, e contemporaneamente *strizza gli occhi* imitando un’espressione di dolore fisico. Il primo è uno sguardo iconico che *guardando in alto* fa inferire l’altezza del referente, il secondo uno sguardo emotivo che però non esprime un’emozione in quel momento sentita, ma racconta l’emozione provata durante l’evento narrato, evocando di nuovo la dolorosa pestata: due informazioni sul mondo inferite attraverso uno sguardo iconico e uno emotivo.

5. Lo sguardo è un lessico? Una ricerca empirica

Fin qui abbiamo visto che lo sguardo ha una sua fonologia – una optologia – e un suo lessico, utilizzando 1. un metodo etnosemantico, 2. l’analisi deduttiva, 3. le ricerche osservative, sempre aiutandoci con 4. il metodo dei Giudizi del Parlante, le nostre intuizioni sul valore comunicativo di ogni sguardo, che ci permette di stilarne un lessico. Ma le ipotesi teoriche così formulate sono state verificate anche 5. in una ricerca empirica (Poggi e Roberto, 2007).

Lessico. Per costruire stimoli, cioè segnali di sguardo, che si differenziassero l’uno dall’altro in maniera controllata e sistematica, invece di usare fotografie o video, si è utilizzata la “Greta Face Library” (Poggi, Pelachaud 2000; Bevacqua et al. 2007): un “Embodied Conversational Agent”, un Agente Artificiale interattivo costruito con tecniche di computer grafica, che usato come interfaccia utente 3D sul computer genera un comportamento comunicativo multimodale simile a quello umano. La “biblioteca di azioni facciali” del programma permette di produrre tutte le azioni muscolari che danno luogo alle espressioni facciali, e così è possibile muovere, oltre ai muscoli della bocca, della fronte e di altre parti del viso, anche le sopracciglia, le palpebre, la posizione dell’iride, facendo variare a piacimento i valori di tutti i parametri dello sguardo.

Per valutare se alcuni segnali avevano realmente i significati ipotizzati, sono stati costruiti 10 items di sguardo facendo variare i valori di tre parametri (apertura delle palpebre, direzione degli occhi e posizione delle sopracciglia); con gli items si è costruito un questionario che è stato sottoposto a 100 studenti di scuola superiore, 86 femmine e 14 maschi fra i 18 e i 20 anni, in cui per ogni item si chiedeva, con una domanda aperta, di attribuirgli liberamente un significato, e poi con una domanda chiusa di scegliere fra 4 alternative il significato più accettabile. I risultati hanno mostrato che il significato più spesso attribuito ad ogni item era quello ipotizzato dai ricercatori in base ai propri Giudizi del Parlante, e che fra le altre alternative proposte quelle scelte più spesso erano semanticamente vicine a quello.

Questo primo studio empirico ha permesso di concludere che gli sguardi hanno significati specifici e quindi davvero costituiscono un lessico, con regolarità sistematiche e condivise dai parlanti.

Optologia. Per dimostrare che l'optologia ha anch'essa uno status paragonabile a quello della fonologia delle lingue verbali è necessario individuare anche per lo sguardo "coppie minime", cioè coppie di items di comunicazione con gli occhi in cui la variazione di un solo valore in uno dei parametri corrisponda a una differenza di significato, proprio come variare dal valore "sordo" a "sonoro" nel parametro "presenza di sonorità" di una consonante occlusiva velare determina il cambiamento da *cola* a *gola*.

In una ricerca con 100 studenti, 88 femmine e 12 maschi fra i 16 e i 20 anni, si è ipotizzato 1. che un certo valore in un parametro attribuisca sempre una stessa sfumatura di significato anche a sguardi diversi sotto altri rispetti; e al contrario che 2. pur mantenendo invariati i valori di tutti gli altri parametri, la variazione da uno a un altro valore in un parametro solo faccia cambiare il significato di uno sguardo. I risultati confermano entrambe le ipotesi: in tutti gli sguardi con le parti interne delle sopracciglia sono innalzate, quale che sia la posizione dell'iride nella sclera (in alto, in basso o in mezzo) lo sguardo comunica sempre un'emozione di bassa attivazione, dolore, dispiacere, disappunto, rassegnazione, tristezza. Al contrario, in uno sguardo con occhi al centro della sclera, direzione verso l'interlocutore, e sopracciglia innalzate, la semplice variazione, nel parametro "apertura delle palpebre", da *palpebre spalancate*, ad *apertura media* e *semichiuse*, fa cambiare il significato, rispettivamente, da "sorpresa" a "perplexità", a "sussiego" (Figure 1a, 1b, 1c).

Figura 1. Le palpebre di Greta



Figura 1a. Sorpresa



Figura 1b. Perplexità



Figura 1c. Sussiego

Dunque, anche singoli valori in un parametro – che possiamo chiamare "optemi" – hanno funzione distintiva, cioè distinguono coppie minime, avendo quindi un valore fonemico. Ma... è solo un valore fonemico?

Morfemi dello sguardo. In realtà, c'è una differenza fra parole e sguardi: nelle parole, i fonemi sono segmenti fonici che determinano un cambiamento di significato, ma non sono di per sé significativi. Negli sguardi, invece, una certa posizione delle sopracciglia o delle palpebre non è del tutto priva di significato; il che fa assomigliare i valori dei parametri dello sguardo più che a fonemi – suoni privi di significato – a morfemi – sequenze di suoni significative: come la *-i* di *gatti*, che aggiunge un tratto PIÙ DI UNO al significato della radice FELINO DOMESTICO.

Alcuni autori già attribuiscono valore morfemico e non solo fonemico a segni di sordi e gesti di udenti, dove a volte anche un solo valore di un parametro porta un preciso significato. In vari segni della Lingua Italiana dei Segni l'indice esteso significa UNICITÀ (Boyes-Braem 1981; Volterra 1987); nel parametro "movimento" *muovere la mano ripetutamente da sinistra a destra* dà l'idea del CONTARE (Calbris 2003; 2011); nel "luogo" i gesti che toccano o indicano il *capo* si riferiscono a FUNZIONI MENTALI (Kendon 1992a). In tutti questi casi un certo tratto del

segnale corrisponde sistematicamente a un tratto semantico. Come appunto nei morfemi (Poggi, Roberto 2007).

Si è dunque condotto uno studio empirico (Poggi, D'Errico, Spagnolo 2010) per verificare se i valori di uno stesso parametro possano avere un valore morfemico, cioè contengano un significato specifico: non il significato globale che si attribuisce a uno sguardo nella sua interezza, ma un'idea anche molto generale e astratta, un componente semantico presente in tutti gli sguardi con quel particolare valore.

Nel parametro "posizione delle palpebre superiori" si è ipotizzato che diversi valori (palpebre spalancate, semiaperte, semichiusure) veicolino livelli diversi di attivazione fisiologica, emotiva o cognitiva. Facendo attribuire, con domande aperte e chiuse, dei significati a 9 sguardi che incrociavano i valori su due parametri, si è visto che i significati attribuiti dai soggetti a sguardi con il valore "*palpebre spalancate*" riguardano in genere emozioni, come "sono sbalordita", "sono sorpresa", "ho paura", che condividono tutte un elemento di ALTA ATTIVAZIONE e senso di allerta. Gli sguardi con *palpebre superiori semiaperte* veicolano al contrario un significato di DE-ATTIVAZIONE, causato da uno stato fisico, come "assonnata" o "esausta", o da uno stato cognitivo ("che noia") o emotivo ("triste", "mi dispiace"). Le nostre palpebre sembrano cioè avere un ruolo morfemico.

6. Chiudi gli occhi per comunicare

Per esemplificare dei segnali specifici di sguardo vediamo quelli in cui entrambe le palpebre si chiudono: *chiudere gli occhi*.

Una ricerca osservativa (Vincze, Poggi 2011) ha individuato tre segnali di chiusura degli occhi, tutti con usi comunicativi e non comunicativi: il *battito di ciglia* (in inglese *blink*), una velocissima chiusura e subito riapertura degli occhi; la *chiusura degli occhi* (*eye-closure*), una chiusura degli occhi con maggiore tensione delle palpebre e di più lunga durata del *battito di ciglia*; e l'*ammicciamento* (*wink*), abbassamento unilaterale di una sola palpebra superiore.

Il *battito di ciglia* ha tre usi non comunicativi:

1. il battito di ciglia fisiologico, necessario e molto frequente per la necessità degli umani di tenere costantemente umettato l'occhio. Battiti troppo frequenti denotano agitazione, ma al contrario se si fermano sono indizio di inganno (Fukuda 2001; Leal, Vrij 2008; 2010): segnali dunque informativi, ma per definizione non comunicativi, visto che per ingannare non si deve far capire che si sta ingannando (Cap.9).
2. il battito di ciglia di una persona balbuziente, che mentre ripete una sillaba batte ripetutamente le ciglia. Un caso in cui il corpo "collabora" con lo sforzo della mente.
3. il battito di ciglia del riflesso di trasalimento (*startle*). Se uno che ti arriva alle spalle e ti fa "bù!", hai un riflesso di attivazione subitanea, il trasalire, che comprende una momentanea istintiva chiusura degli occhi.

Questi invece gli usi non comunicativi della *chiusura degli occhi*:

1. quando si dorme
2. quando si ride: la risata implica spesso chiusure delle palpebre più lunghe del *battito di ciglia*
3. mentre si pensa. Quando siamo concentrati, anche mentre stiamo parlando, chiudiamo gli occhi per pochi secondi, per isolarci dal contesto: è il *cut-off*, il *tagliarsi fuori* (Morris, 1977), un segnale non comunicativo ma informativo sui processi cognitivi di chi lo produce.

L'*ammiccamento*, invece, è sempre comunicativo.

Ecco i significati dei tre segnali di chiusura delle palpebre.

Una *chiusura degli occhi con tensione muscolare* a volte dà Informazioni sull'Identità del Mittente.

(2)

In un dibattito di Canal 9 sull'Assicurazione per Disabili, Richoz, rappresentante di un'associazione di disabili, parlando degli sforzi dei disabili per ottenere una qualificazione professionale, *aggrotta le sopracciglia e chiude gli occhi*, come a mimare quello sforzo; ma siccome lui stesso conduce questa lotta, questo segnale mostra la sua propria determinazione, dando quindi informazioni sulla sua personalità.

Tra le Informazioni sulla Mente del Mittente, *battiti di ciglia rapidi e ripetuti* confermano il grado di certezza delle credenze comunicate, mentre la *chiusura degli occhi*, specie se accompagnata all'*annuire* o ancor più allo *scuotere il capo*, aggiunge un elemento di categoricità, ossia di ancor maggiore certezza a ciò che si dice o all'approvazione di ciò che dice l'altro. Una *chiusura* particolarmente *prolungata* e *con palpebre premute* dice "Sono assolutamente certo di questo".

I *battiti di ciglia ripetuti più volte* con ostentata *velocità* comunicano invece un'emozione di sorpresa, con l'eventuale sovrascopo di mostrare incredulità.

Venendo all'Informazione sugli scopi del Mittente, la *chiusura degli occhi, con alta tensione muscolare*, si usa in caso di autocorrezione, per segnalare che si sta ricominciando la frase. *Battiti di ciglia rapidi e ripetuti*, a volte accompagnati da un *innalzamento di sopracciglia*, si usano come punteggiatura del parlato: produrne molti in rapida successione segnala l'asserzione di un concetto importante su cui si attira l'attenzione. Al contrario una *chiusura degli occhi*, quasi come un colpo di spugna, segnala il desiderio di sorvolare su un concetto non considerato rilevante per il discorso.

L'*ammiccamento*, infine, è una sorta di performativo: "sto alludendo". Il Mittente che *ammicca* si rivolge a un Destinatario specifico con cui si sente in sintonia perché condivide le sue stesse credenze e scopi: vuole dunque produrre un segnale che è nascosto o incomprensibile ad altri. Da ciò la natura furtiva e allusiva dell'*ammiccamento*, che comunica "Voglio comunicare su questo argomento, ma solo a te, per cui lo faccio in modo allusivo, furtivo, nascosto". Infatti *ammiccare* è un segnale di complicità che richiama l'affiliazione del Mittente a un gruppo anche molto ristretto, che comprende il Destinatario ma esclude altri contro cui il Mittente si scaglia. Questo spiega la natura ambivalente dell'*ammiccamento*: un segnale al tempo stesso esplicito e nascosto, di inclusione ed esclusione, affinità fra Mittente e Destinatario, differenza da tutti gli altri.

Infine, un *battito di ciglia lento* può essere usato come segnale di backchannel o segnale di accordo: come un sì (Cap. 20).