

SENZA PAROLE



Illustrazione di Matteo Pericoli © 2001

Agente di viaggio. Vedo che ha deciso per la Transiberiana. Ottima scelta. Un viaggio difficile, ma che le darà enormi soddisfazioni.

Cliente. Mi preoccupa soprattutto il problema della lingua. Credo che l'inglese non sia molto parlato da quelle parti, e non conosco una parola di russo né dei vari idiomi che si parlano lungo il tragitto.

Agente. Se è per questo, il suo problema ha una semplice soluzione. (Apre un cassetto e ne estrae un libricino.) Ecco qua.

Cliente. Che cos'è?

Agente. Pittolibro per turisti. Un libro molto particolare...

Cliente. Mi faccia vedere... Ma sono solo disegni. Sembra un libro per bambini.

Agente. Appunto. A volte il linguaggio è inutile, e direi che è inutile soprattutto quando non lo si conosce. Ma lei può sempre usare

questo libro per comunicare quando le mancano le parole. Basta mostrare un'immagine della cosa di cui non conosce il nome.

Cliente. Mi faccia capire. Vuol dire che questo libro contiene un disegno di ciascuna cosa?

Agente. Be', praticamente di tutte le cose che si possono disegnare. Forse non troverà un disegno della felicità o dell'inflazione, ma sono cose che come turista non le capiterà spesso di richiedere.

Cliente. Quindi se voglio del pane...

Agente. ...basta che mostri questo disegno. Ci sono persino diversi tipi di pane. La baguette, la rosetta...

Cliente. E se mi serve una bicicletta?

Agente. Aspetti che cerco... Ecco qua. C'è il disegno di una mountain bike, di una bici da città, di un triciclo, e persino di un velocipede.

Cliente. Fantastico. Quanto costa questo libercolo?

Agente. Poco. Con un euro si porta in tasca un linguaggio universale...

Ficcanaso (intromettendosi senza tanti complimenti). Non gli dia retta. Sono soldi buttati via.

Agente e cliente. Ma come? Chi è lei?

Ficcanaso. Soldi buttati via, dico. Una volta che lei ha mostrato il disegno della bicicletta, che cosa succede?

Agente. Come, che cosa succede?

Ficcanaso. Succede che non è chiaro che cosa lei volesse dire mostrando il disegno di una bicicletta. Voleva dire che la vuol com-

prare? O che la vuole vendere? Oppure che ha dimenticato in questo negozio la sua bicicletta e adesso vuole riprenderla? Oppure che suo figlio ha una bicicletta così e che le piacerebbe condividere questo ricordo con la persona cui mostra il disegno? Oppure voleva dire: guardi che bel libro che ho, con un disegno di una bicicletta! Ripeto: che cosa succede dopo che ha mostrato il disegno della bicicletta?

Agente. Il libro può aiutarci. C'è un disegno per 'comprare' e uno per 'vendere'. Basta mostrare prima il disegno per 'comprare', poi quello per 'bicicletta'.

Ficcanaso. Posso vedere questi disegni?

Agente. Certo. Il disegno per 'comprare' è questo... e questo è il disegno per 'vendere'.

Cliente. Ma sono lo stesso disegno! Un signore che con una mano dà un anello a una signora e che con l'altra prende soldi dal signore.

Ficcanaso. Infatti. E non mi stupisce che siano uguali. Come potrebbero essere diversi questi due disegni?

Agente. Non si potrebbe mettere una freccia che indica il senso della transazione?

Ficcanaso. Il problema è che le frecce sono segni convenzionali. E la freccia indica la vendita o l'acquisto? O entrambe le cose? Ma non finisce qui. Che cosa le dice che sia la signora e non il signore a comprare l'anello?

Agente. Me lo dice il fatto che il signore riceve il denaro e dà l'anello, mentre la signora riceve l'anello e dà il denaro.

Ficcanaso. Ma se guardo il disegno mi sembra che possa rappresentare anche la situazione opposta: il signore dà il denaro e riceve

l'anello, la signora riceve l'anello e dà il denaro. E poi, il disegno per 'comprare' mostra l'anello che passa di mano. Come fa lei a far capire che bisogna sostituire la bicicletta all'anello e non al denaro quando mostra insieme i due disegni? E poi, guardi un po' il denaro in questo disegno, a me sembrano i soldi finti del Monopoli. Se uno la prende alla lettera e le dà i soldi del Monopoli?

Cliente. Insomma, lei la fa un po' difficile.

Ficcanaso. Neanche tanto. Provi un po' a immaginare. Arriva un turista siberiano e le mostra il disegno per 'comprare' (e diamo per scontato che si capisce che è il disegno per 'comprare'). Poi le mostra il disegno per 'bicicletta'. Che cosa capisce lei? Forse il turista vuol dirle che lui intende comprare una bicicletta; forse vuole che sia lei, il suo interlocutore, a comprarla. In entrambi i casi deve usare il disegno per 'comprare', no? Ma ci sono mille altre possibilità. Forse il turista vuole comprare un disegno di una bicicletta (o forse vuole che lei lo compri). Forse vuole dirle di *evitare* di comprare una bicicletta perché da quelle parti potrebbe essere pericoloso.

Cliente. Già, come fa un disegno a dire di *evitare*? Come fa un disegno a dire di no?

Agente. Penso che lei debba mostrare l'immagine della bicicletta e fare un gesto di diniego.

Ficcanaso. Ma i gesti di diniego possono essere molto diversi in giro per il mondo.

Cliente e agente. Insomma, questo libro non vale proprio niente secondo lei?

Ficcanaso. Poco o niente. Gli autori del libro avrebbero dovuto leggere le *Ricerche Filosofiche* di Wittgenstein (il paragrafo 139 e la nota che lo accompagna). Wittgenstein si oppone all'idea che capire una

parola sia evocare nella mente un'immagine della cosa significata dalla parola.

Cliente e agente. E perché mai?

Ficcanaso. Perché le immagini devono essere a loro volta interpretate. E se devono essere interpretate, evocarle servirà poco o niente.

Luciano Coen e Achille C. Varzi *La Stampa*, 29 settembre 2001