



4 marzo 2015

lezione 4
testo verbale
e testo visivo

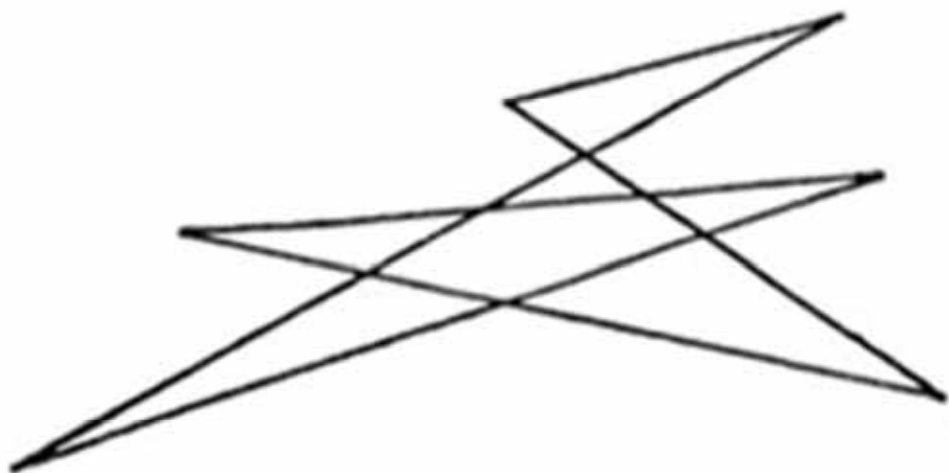
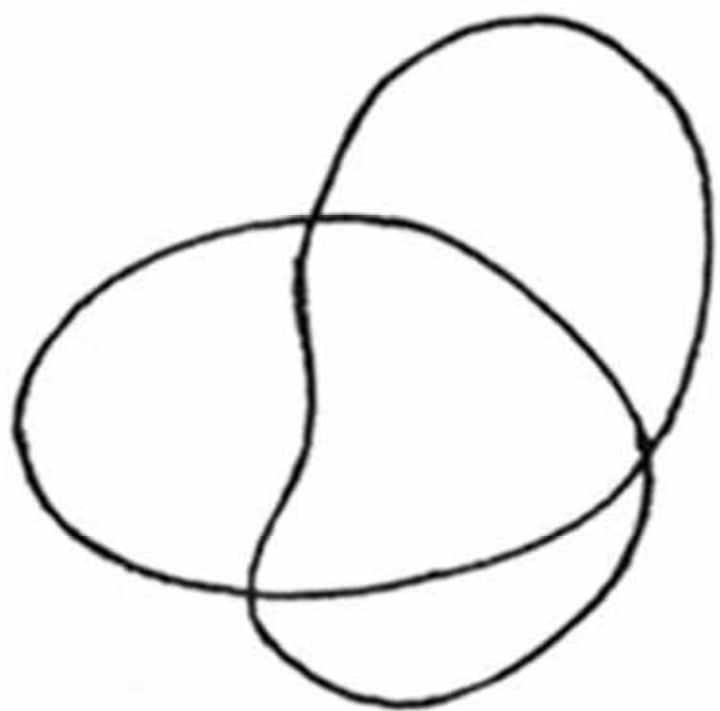
1. Funzione poetica
2. Ancoraggio



Roman Jakobson

Il linguaggio verbale è **arbitrario**. Ciò significa che il rapporto fra espressione e contenuto è totalmente convenzionale e non è retto da alcun legame “naturale”.

Jakobson, però, afferma che possono esserci casi in cui un certo contenuto è veicolato non da una qualunque delle espressioni che potrebbero farlo, ma da quella particolare espressione che, più di tutte, riesce per motivi ritmici, fonologici, ecc. a rappresentare quel contenuto in modo particolarmente adeguato.



Un esempio: "I like Ike"



Durante la sua prima campagna elettorale presidenziale (1952), Dwight D. Eisenhower (detto Ike), lanciò lo slogan "I like Ike" (mi piace Ike).

Un esempio: "I like Ike"

Analizziamo brevemente lo slogan politico *I like Ike* (/ay layk ayk/): nella sua struttura succinta è costituito da tre monosillabi e contiene tre dittonghi /ay/, ciascuno dei quali è seguito simmetricamente da un fonema consonantico, /...l...k...k/. La disposizione delle tre parole presenta una variazione: nessun fonema consonantico nella prima parola, due intorno al dittongo nella seconda, e una consonante finale nella terza. Hymes ha notato un analogo nucleo dominante /ay/ in alcuni sonetti di Keats. I due cola della forma trisillabica *I like / Ike* rimano fra loro, e la seconda delle due parole in rima è completamente inclusa nella prima (rima ad eco): /layk/ - /ayk/; immagine paronomastica d'un sentimento che involuppa totalmente il suo oggetto. I due cola formano un'allitterazione, e la prima delle due parole allitteranti è inclusa nel secondo: /ayl/ - /ayk/, immagine paronomastica del soggetto amante involto nell'oggetto amato. La funzione poetica secondaria di questa formula elettorale rafforza la sua espressività ed efficacia. (da *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano 1966, p. 190)

Glossario

In prosa il **colon** (plur. **cola**) è una parte del periodo (una frase o una parte di frase) che è caratterizzata dalla presenza di una pausa o di qualche artificio ritmico.

La **paronomasia** è una figura retorica che consiste nell'accostare due parole che hanno un suono simile ma un significato diverso (per esempio stelle/stalle).

Un esempio: Vespa

Alla fine della stagione
estiva **si consideri** che

la **Vespa** 125 cmc.

a molleggio integrale

non è una motocicletta
ma piuttosto

« una piccola vettura
a due ruote »

che si può **continuare** ad usare nella
stagione invernale perché si è riparati dal
fango e assicurati sulle strade bagnate e
viscide da una stabilità eccezionale.

Con la «Vespa» si viaggia rapidi, sicuri
e confortevolmente, senza sporcarsi i vestiti
con l'olio del motore e la polvere della strada.

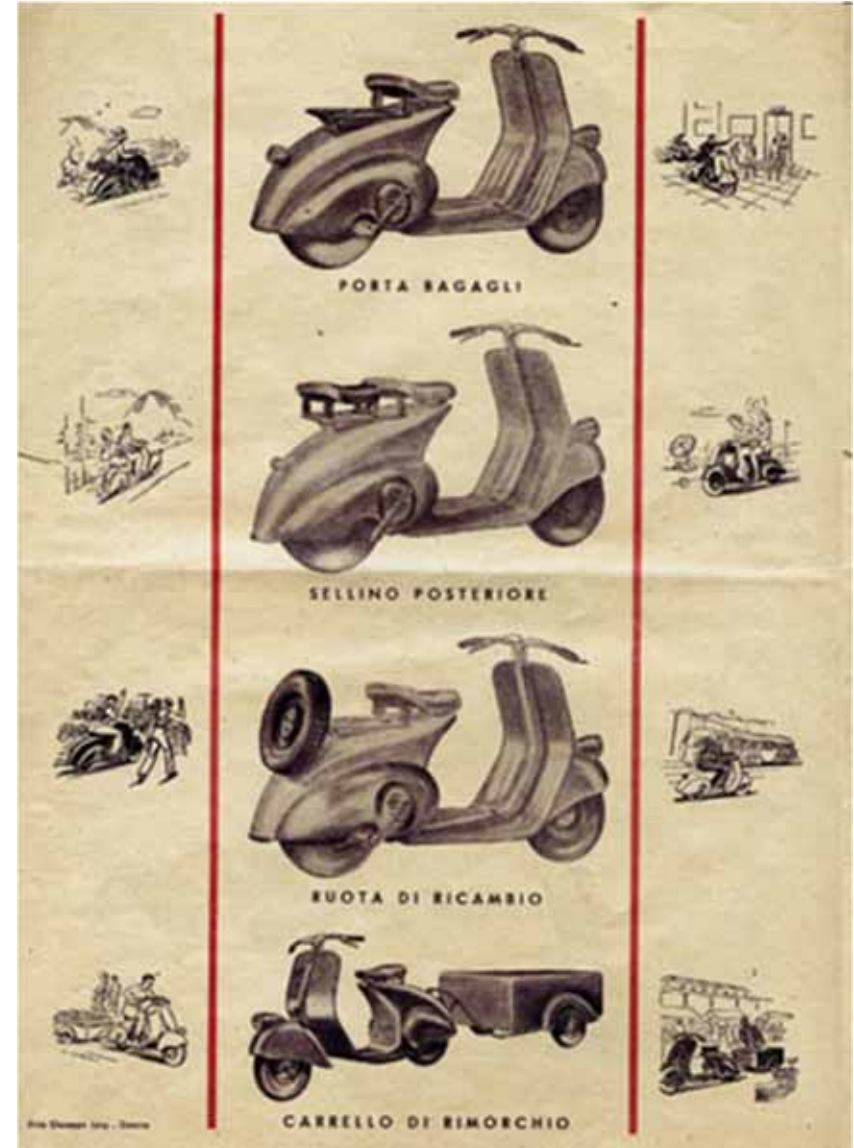
Gomma **PIRELLI**



S. p. A. PIAGGIO & C. - Genova

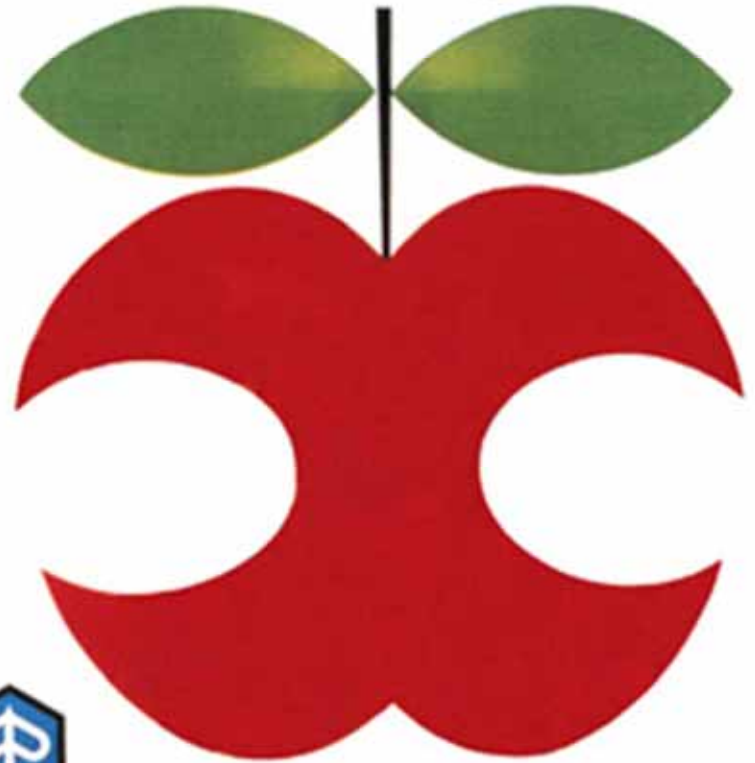
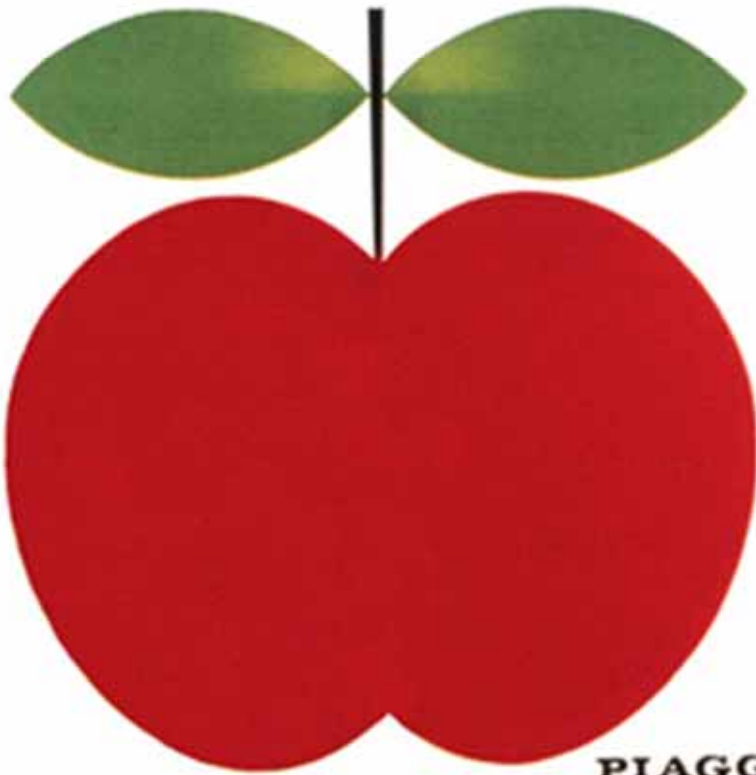
FILIALE DI MILANO - Via Palmanova 11 - Tel. 43.900 - FILIALE DI TORINO - Corso Venezia 43 - Tel. 482.394

AGENTI DI VENDITA IN TUTTA ITALIA



da <http://www.elogioallavespa.it/pubblicit%C3%A0.html>

chi "Vespa" mangia le mele
(chi non "Vespa" no)



PIAGGIO



adp - 1/100

Un esempio: Vespa

È BIANCO VITA TUTTO

SI È NE HO PIÙ DATO A LUTTO

MI HA SORPRESO VOLO

PER ME HA FATTO GINTRO

PER ME HA FATTO VOGA

PER ME HA SUPERATO TUTTO

LA VESPA NATURALMENTE

CHI SULL'ESSE PIAGGIO

chi "Vespa" mangia le mele

chi non Vespa'no!

PIAGGIO

Chi “vespa” mangia le mele è una delle campagne pubblicitarie italiane più riuscite di tutti i tempi.

La headline, abbastanza ambigua da catturare l'attenzione, strizza l'occhio al pubblico giovanile degli anni '60-'70. Non solo per i contenuti (il richiamo alla natura, alla libertà, ecc.), ma anche per l'innovazione linguistica.

La piccola rottura di regole (linguistiche), l'innovazione (linguistica) servono a creare una sintonia con l'atteggiamento giovanile di quel periodo.

Dal punto di vista retorico si tratta di un'**enallage**:

Figura retorica che consiste nel cambiare la funzione grammaticale di un elemento linguistico, p.e. usando un aggettivo in funzione di avverbio (*lo dico chiaro* invece di *chiaramente*).

Un esempio: Vespa



da <http://www.elogioallavespa.it/pubblicit%C3%A0.html>

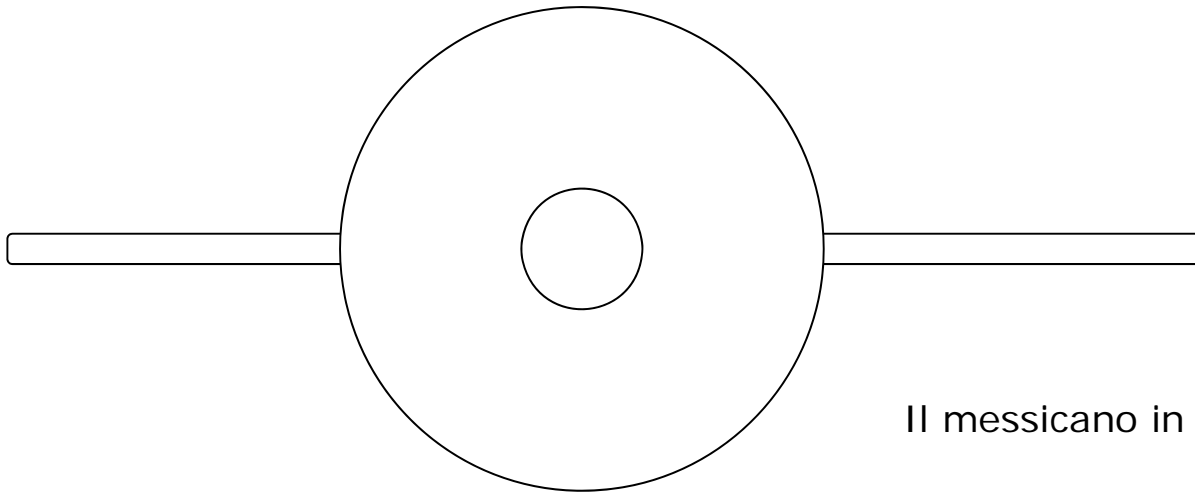
Il rapporto fra testo verbale e testo visivo: l'ancoraggio



Torniamo a Barthes, che, interessandosi di semiotica visiva, introduce il concetto di **ancoraggio**.

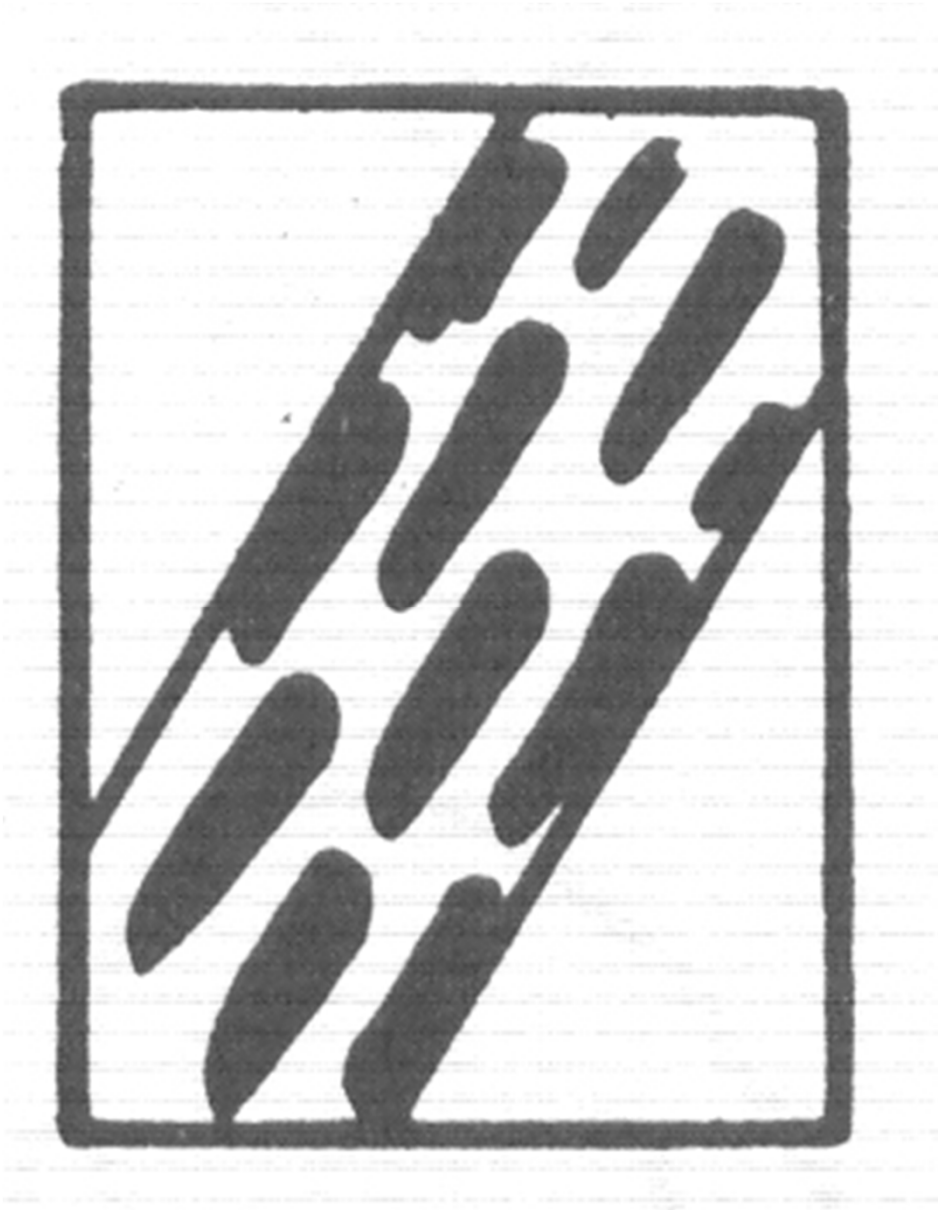
In alcuni casi, infatti, il testo verbale può essere aiutare o guidare l'interpretazione del testo visivo; di fronte all'ambiguità del visivo, il verbale lo "ancora" a una certa interpretazione.

Innanzitutto il testo verbale (il titolo di un quadro o di una foto, una didascalia, ecc.) può essere **fondamentale per comprendere la denotazione** del testo visivo: senza il testo verbale, cioè, non siamo in grado di riconoscere correttamente ciò che viene rappresentato.



Il messicano in bicicletta.

Ancoraggio (1): aiutare il riconoscimento



Ma si ha ancoraggio anche quando il testo verbale serve a **concentrare la nostra attenzione** su un aspetto o un particolare dell'immagine.



Peter Bruegel il Vecchio – *Paesaggio con caduta di Icaro*

Se non ci fosse il titolo, difficilmente ci accorgeremmo della presenza di Icaro (di cui sono visibili solo le gambe) nell'angolo in basso a destra del dipinto.

Barthes metteva in evidenza come nelle riviste di moda sia la didascalia a mettere in evidenza il capo d'abbigliamento o l'accessorio su cui, nella foto, si deve concentrare l'attenzione del lettore.

TOCCO di CLASSE
di Giusi Ferré



Tali Lennox

Figlia della cantante Annie Lennox e del produttore Uri Fruchtmann, è destinata a essere una it-girl, per bellezza e per influenza familiare.

Questa affascinante diciannovenne studia e fa la modella. Il suo sogno, ha raccontato in un'intervista, sarebbe diventare fashion designer. Basta leggere come descrive il suo stile: «Un giusto mix di classico, Lolita e grunge». Fra i suoi vestiti preferiti, ce ne sono uno lunghissimo con la stampa di un ibiscus degli anni Venti e uno a fiori anni Quaranta. E fra le sue cattive abitudini, sospira, ci sono proprio «i troppi vestiti».

- Contrasti di righe ampie
- Gonna con baschina ornamentale. Outfit Burberry Prorsum
- Lunghissima tracolla

L'ancoraggio **serve anche a “controllare” il livello connotativo**. Questa volta, cioè, concentra la nostra attenzione non su un particolare, ma su una delle possibili interpretazioni connotative dell'immagine. È come se ci desse una traccia, un indizio.

In questo modo il testo verbale è lo strumento con cui l'autore “controlla” l'interpretazione della propria immagine, suggerendo quella voluta ed escludendo tutte le altre.

Ancoraggio (3):
interpretazione ideologica

Nella pubblicità Panzani,
per esempio, la scritta "A
l'italienne de luxe"
seleziona e mette in
primo piano, fra le varie
possibili connotazioni
suggerite dall'annuncio,
quella "italianità".



PATES - SAUCE - PARMESAN
A L'ITALIENNE DE LUXE

Ancoraggio (3): interpretazione ideologica



El Lissitzky, *Il cuneo rosso spezza il cerchio dei bianchi*, 1919

Ancoraggio (3): interpretazione ideologica

[L'ancoraggio] costituisce una specie di morsa che impedisce ai sensi connotati di proliferare verso regioni troppo individuali (vale a dire che limita il potere proiettivo dell'immagine), o verso valori disforici. Una pubblicità (conserve «d'Arcy») presenta della frutta minuta sparsa intorno a una scala; la didascalia («come se aveste fatto il giro del vostro giardino») allontana un significato possibile (parsimonia, povertà del raccolto) che risulterebbe spiacevole, e orienta la lettura verso un significato carico di lusinga (carattere naturale e personale dei frutti del giardino privato); la didascalia agisce qui come un contro-tabù, combatte il mito ingrato dell'artificiale, solitamente evocato dalle conserve. Beninteso, in ambiti diversi da quello pubblicitario l'ancoraggio può essere ideologico e questa è, senza dubbio, la sua funzione principale; il testo *dirige* il lettore tra i significati dell'immagine, gliene fa evitare alcuni e recepire altri; attraverso un *dispatching* sovente sottile, lo teleguida verso un senso scelto in anticipo. In tutti questi casi di ancoraggio, il linguaggio svolge evidentemente una funzione di elucidazione, ma questa elucidazione è selettiva; si tratta di un metalinguaggio applicato non alla totalità del messaggio iconico, ma solo ad alcuni dei suoi segni. Il testo è davvero il diritto di sguardo del creatore (e dunque della società) nei confronti dell'immagine: l'ancoraggio è un controllo e detiene una responsabilità, di fronte alla potenza proiettiva delle figure, sull'uso del messaggio; in rapporto alla libertà dei significati dell'immagine, il testo ha un valore *repressivo*, e si comprende come sia al suo livello che s'investono la morale e l'ideologia di una società. (Barthes, *L'ovvio e l'ottuso*, 29-30)



Ancoraggio (3): interpretazione ideologica



Robert Doisneau un giorno, in un piccolo caffè di rue de la Seine, dove s'incontra abitualmente con gli amici, nota un'incantevole ragazza che beve un bicchiere di vino al banco, a fianco di un signore di una certa età che la guarda con un sorriso fra il divertito e il goloso. Doisneau chiede ai due il permesso di fotografarli. Essi accettano e la fotografia esce nella rivista "Le Point", in un fascicolo dedicato ai bistrot, illustrato dalle fotografie di Doisneau. L'autore cede la fotografia, insieme ad altre, alla sua agenzia.

Quando i giornali hanno bisogno di immagini per illustrare un articolo, si rivolgono alle agenzie. Poco tempo dopo, la fotografia in questione esce in un giornaletto, pubblicato dalla lega contro l'alcoolismo, per illustrare un articolo sull'azione nociva delle bevande alcoliche. Il signore, che è professore di disegno, si risente. "Mi prenderanno per un beone", protesta con il fotografo che gli fa le sue scuse. Le cose prendono una cattiva piega quando la stessa fotografia esce su una rivista scandalistica che l'ha ripresa da "Le Point", senza il permesso né dell'agenzia, né del fotografo. La didascalia che accompagna l'immagine dice: "Prostituzione ai Champs-Élysées".

(G. Freund, Fotografia e società)

Da studiare per questa lezione

Polidoro, *Che cos'è la semiotica visiva*,
capitolo 2.2.1 (pp. 32-34)

Per chi vuole approfondire (opzionale):

[Il linguaggio poetico](#) (dispensa)