



25-28 febbraio 2019

lezioni 3-4
interpretazione,
connotazione

1. Enciclopedia e interpretazione
2. Lettore modello
3. Connotazione

Enciclopedia e interpretazione



Umberto Eco

L'enciclopedia non è
un semplice codice,
ma è l'insieme
condiviso
delle conoscenze
di una cultura,
di una sottocultura,
di un gruppo.

Ha un formato “multimediale”. In altre parole un concetto è composto non solo da elementi e descrizioni linguistiche, ma anche e soprattutto da immagini, esperienze sensoriali, ricordi, ecc.

“mammifero
della famiglia
dei canidi...”



“il migliore
amico
dell'uomo...”

“cane”



“io non posso
entrare”





Gli elementi dell'enciclopedia sono collegati fra di loro in una rete (si parla di **natura rizomatica dell'enciclopedia**) e si definiscono reciprocamente.

In un sistema a enciclopedia (rizomatico)
l'interpretazione avviene attraverso una serie
successiva (o parallela) di collegamenti.

se /cane/ allora...



“mammifero
della famiglia
dei canidi...”

allora...

allora...



allora...



allora...

...

L'enciclopedia è alla base
dell'interpretazione dei testi.

Senza l'enciclopedia non potremmo
associare significanti e significati o
collegare i significati fra di loro.



Franco Zecchin, *La moglie e le figlie accanto al cadavere di Benedetto Grado* (Palermo, 1983)

Secondo Eco il testo è intessuto di
“non detto”.



Ciò significa che molti dei significati
che cogliamo in un testo non sono
manifestati a livello dell'espressione.

“Il testo è intessuto di spazi bianchi, di interstizi da riempire, e chi lo ha emesso prevedeva che essi fossero riempiti e li ha lasciati bianchi per due ragioni. Anzitutto perché un testo è un meccanismo pigro (economico) che vive sul plusvalore di senso introdotto dal destinatario, e solo in casi di estrema pignoleria, estrema preoccupazione didascalica, o estrema repressività il testo si complica di ridondanze e specificazioni ulteriori – sino al limite in cui si violano le normali regole di conversazione. E in secondo luogo perché, via via che passa dalla funzione didascalica a quella estetica, un testo vuole lasciare al lettore l’iniziativa interpretativa, anche se di solito desidera essere interpretato con un margine sufficiente di univocità. Un testo vuole che qualcuno lo aiuti a funzionare.”

(U. Eco, *Lector in fabula*, Bompiani)

Lettore
modello

Attenzione però: se per l'interpretazione di un testo è necessaria la cooperazione del lettore (che deve riempire gli spazi lasciati vuoti dal “non detto”), allora, quando costruiamo un testo, dobbiamo riflettere sul lettore/fruitore al quale quel testo è indirizzato.

Rischiamo, altrimenti, di costruire un testo che richiede conoscenze e competenze diverse da quelle del suo reale fruitore e quindi è destinato a fallire.



Eco chiama **lettore modello** l'insieme delle competenze e delle conoscenze enciclopediche richieste a un lettore (o in genere fruitore) per interpretare un testo.

Il lettore modello



Il lettore modello



Denotazione e connotazione



Roland Barthes

...un senso di insofferenza davanti alla “naturalità” di cui incessantemente la stampa, l’arte, il senso comune, rivestono una realtà che per essere quella che viviamo non è meno perfettamente storica: in una parola, soffrivo di vedere confuse ad ogni occasione, nel racconto della nostra attualità, Natura e Storia e volevo ritrovare nell’esposizione decorativa dell’“ovvio” l’abuso ideologico che, a mio avviso, vi si nasconde.



Roland Barthes

Barthes cerca di comprendere il sistema di valori, stereotipi, credenze, luoghi comuni che scorrono, spesso inconsapevolmente, al di sotto di una cultura: l'**ideologia**.



Roland Barthes

Un'ideologia si manifesta nei discorsi di una cultura, con accostamenti, impliciti, collegamenti.

Questa manifestazione avviene attraverso una vera e propria retorica: **retorica** dei discorsi verbali, retorica delle immagini, ecc.



Roland Barthes

Nell'analisi della
pubblicità della pasta
Panzani Barthes
applica al linguaggio
visivo i concetti di
**denotazione e
connotazione.**

Ma cosa sono?

La denotazione è il rapporto di base fra un'espressione e un contenuto.

Il significato denotativo è il significato letterale.

**Il significato connotativo è un
significato ulteriore, “aggiunto”,
che si basa sul significato
denotativo.**



PATES - SAUCE - PARMESAN
A L'ITALIENNE DE LUXE

**Il testo è sempre una macchina che
è stata costruita,
anche se inconsapevolmente.**

Non esiste un testo “ingenuo”.

L'analisi non deve essere una descrizione.

L'analisi deve individuare le caratteristiche di un testo e spiegare perché da esse emergono determinati significati.

ATTENZIONE:

**Le connotazioni non sono
idiosincratiche, non riguardano le
nostre personali esperienze.**

**Le connotazioni vengono dalla
nostra cultura, dal suo sistema di
significati e associazioni condivisi.**

Bisogna evitare che le nostre analisi facciano dire a un testo tutto e il contrario di tutto.

Dobbiamo concentrarci sulle coerenze interne del testo, su quei significati che vengono confermati da più livelli, da più meccanismi.





Anche chi riesce a conquistare un tesoro d'arte
può essere conquistato dal fascino Camay

Quel fascino Camay che fa girar la testa

Anche voi potete far girar la testa
d'un uomo così... con Camay.
Perché Camay è la saponecca cosmetica
mezzosa per la carnagione...
ricca di seducente profumo francese.
In profumo costoso, irresistibile.
Sfudatevi a Camay...
e quel fascino che fa girar la testa.



Ricco di seducente profumo francese

VISUAL

La parte visiva:
un'immagine, un
disegno; ma anche il
trattamento grafico del
testo.

MARCHIO E LOGO

Sono l'immagine che
serve da marchio
dell'azienda/prodotto e
il trattamento grafico
del brand name (qui sul
packshot)

PAYOFF

Testo che segue il
nome dell'azienda e
solitamente è presente
nell'intera campagna o
in più campagne (qui
assente).

PACKSHOT

L'immagine del
prodotto.



Anche chi riesce a conquistare un tesoro d'arte
può essere conquistato dal fascino Camay

Quel fascino Camay che fa girar la testa

Anche voi potete far girar la testa
d'un uomo così... con Camay.
Perché Camay è la saponetta cosmetica
mezzosa per la carnagione...
ricca di seduzione profumo francese.
In profumo cosmesi, irresistibile.
Stufatevi a Camay...
e quel fascino che fa girar la testa.



Ricca di seduzione profumo francese

BASELINE

Solitamente segue la
headline e la specifica.

HEADLINE

Alcune volte indicata
come "slogan", la
headline è il testo più
evidente nella parte
verbale.

BODYCOPY

Specifica le
caratteristiche del
prodotto; è il testo più
lungo della parte
verbale.

Anche chi riesce a conquistare un tesoro d'arte può essere conquistato dal fascino Camay

Quel fascino Camay che fa girar la testa

Anche voi potete far girar la testa ad un uomo così... con Camay.

Poiché Camay è la saponetta cosmetica preziosa per la carnagione...

ricca di seducente profumo francese.

Un profumo costosissimo, irresistibile.

Affidatevi a Camay...

per quel fascino che fa girar la testa.

Polidoro, *Che cos'è la semiotica visiva*,
Introduzione (pp. 7-9),
capitolo 1 (pp. 10-20),
capitolo 2 (pp. 21-32).