



11 marzo 2019

lezione 5
prime analisi visive: colori,
ancoraggio, retorica visiva

1. Simbolismo cromatico
2. Ancoraggio
3. Retorica visiva

Simbolismo cromatico

Nella lezione precedente abbiamo introdotto il concetto di connotazione, cioè di significati secondari, più vaghi, che si aggiungono al significato letterale (denotazione).

Un meccanismo analogo è quello che associa certi significati ad elementi visivi, come per esempio i colori.

Tratteremo più approfonditamente la semiotica visiva più in là, ma intanto possiamo introdurre alcune nozioni legate al significato dei colori.

Non bisogna cadere nella tentazione di associare ai colori significati universali, magari sulla base di presunte basi biologiche. La letteratura scientifica, in tal senso, è molto limitata.

D'altra parte lo stesso sistema dei colori (e i termini che li indicano) variano da cultura a cultura.

Quello che di certo sappiamo è che, nelle diverse epoche e nelle diverse culture, certi colori vengono più frequentemente associati a certi significati.

Attenzione, però, alle associazioni azzardate, non supportate da un effettivo riscontro nei testi visivi di una certa cultura. Inoltre non sempre un certo colore ha il significato simbolico che gli viene solitamente attribuito in quella cultura (per esempio per noi il nero non indica sempre la morte, ma potrebbe indicare eleganza, cibo gourmet, ecc.).

Facciamo un esempio di significato cromatico: l'oro (fenomeno cromatico che implica una certa tinta, ma anche certe caratteristiche di superficie e di lucentezza), nella cultura occidentale, è collegato all'idea di sacro, prezioso e, più in generale, a qualcosa di prezioso.

CHARLIE THORON POUR J'ADORE

j'adore Dior

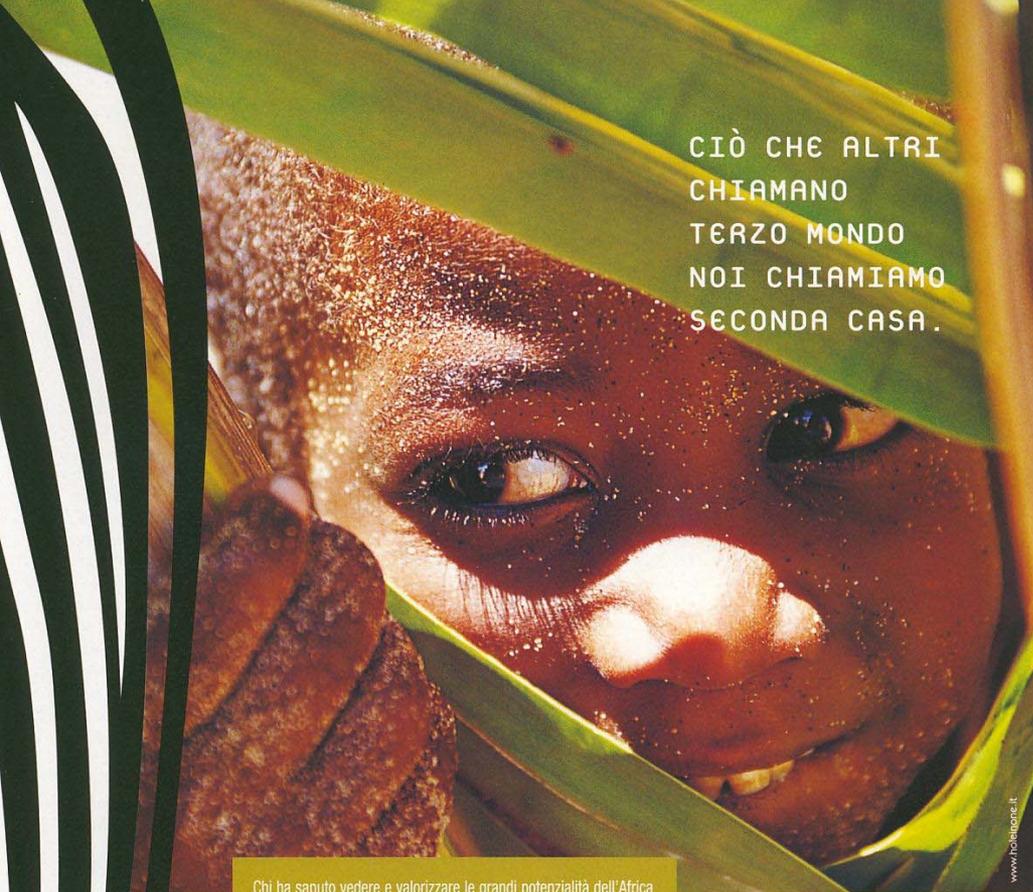


LE FÉMININ ABSOLU.



Un altro caso di simbolismo può essere quello del verde, che viene spesso associato all'idea di natura.

Ma attenzione: anche in questo caso, quando si fa un'analisi, è necessario che l'identificazione di questo simbolismo sia giustificabile alla luce di altri fattori, per esempio la presenza di un'isotopia "natura" anche nel livello figurativo o in quello verbale (presente nei prossimi due annunci, ma non nel terzo).



CIÒ CHE ALTRI
CHIAMANO
TERZO MONDO
NOI CHIAMIAMO
SECONDA CASA.

Chi ha saputo vedere e valorizzare le grandi potenzialità dell'Africa - natura, cultura, storia, civiltà - ha scoperto un tesoro di inestimabile valore. African Safari Club lo sa da più di 40 anni. Per questo oggi può proporvi il Kenya come nessun altro, offrendovi insieme ad un servizio efficiente, sensazioni ed emozioni primordiali che rendono più autentico un soggiorno in questo meraviglioso paese.

K E N Y A
Z A N Z I B A R
C R O C I E R E
o c e a n o i n d i a n o

www.africansafariclub.it

Informazioni e prenotazioni presso le migliori agenzie viaggi.

SPECIALISTI IN KENYA
DA 40 ANNI



African Safari Club

A N I M A A F R I C A

www.africansafariclub.it



Dalla Ricerca Enervit EnerZona Omega 3 RX. Essenziale* tutti i giorni.



EnerZona Omega 3 RX è il risultato di approfondite ricerche scientifiche e accurati processi di produzione. E' a base di omega 3 di tipologia EE, l'unica raccomandata per l'integrazione quotidiana nel regime alimentare Zona. L'elevata concentrazione (ben il 60% di EPA + DHA), la totale assenza di impurità, l'eccellente stabilità e l'ottimo rapporto tra alta qualità e prezzo, rendono EnerZona Omega 3 RX un prodotto superiore, "essenziale" anche per chi, pur non seguendo la Zona, vuole mantenere il proprio corpo sempre attivo ed efficiente e dedicare attenzione al proprio benessere. Disponibile in capsule o liquido, in farmacia.

*Gli acidi grassi omega 3 sono definiti essenziali proprio perché il nostro corpo non è in grado di "fabbricarli" da sé.



L'originale di Barry Sears

ENERVIT La ricerca Enervit sostiene principi di alimentazione coerenti con la strategia alimentare Zona.

Numero Verde
800.40.30.30

www.enerzona.com

Più efficienti. Più attivi.

Vola più facile

MILITRIBUNO.IT

Amsterdam
da **€ 29,⁹⁹***

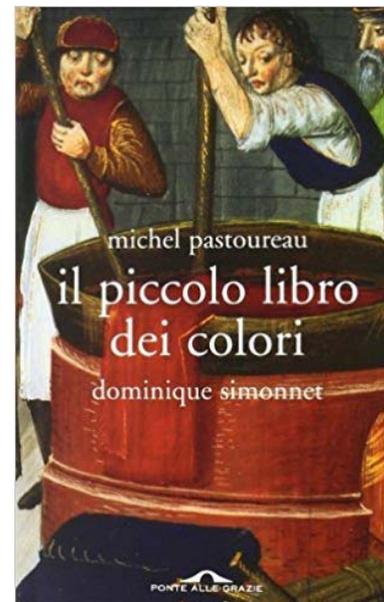
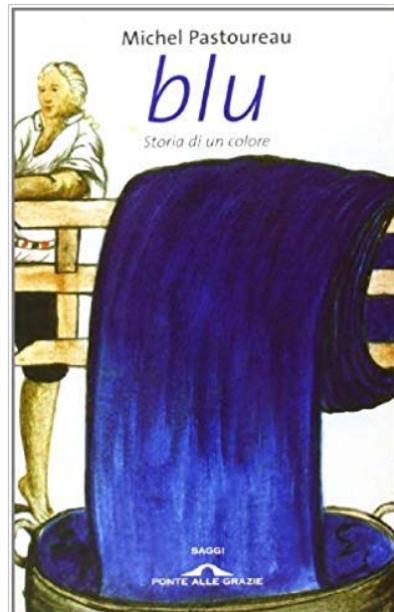
**VOLI PER AMSTERDAM (SCHIPHOL)
DA MILANO (ORIO AL SERIO) - VERONA
TREVISO - PISA - NAPOLI
VOLI PER AMSTERDAM (ROTTERDAM)
DA ROMA (FIUMICINO)**



transavia.com

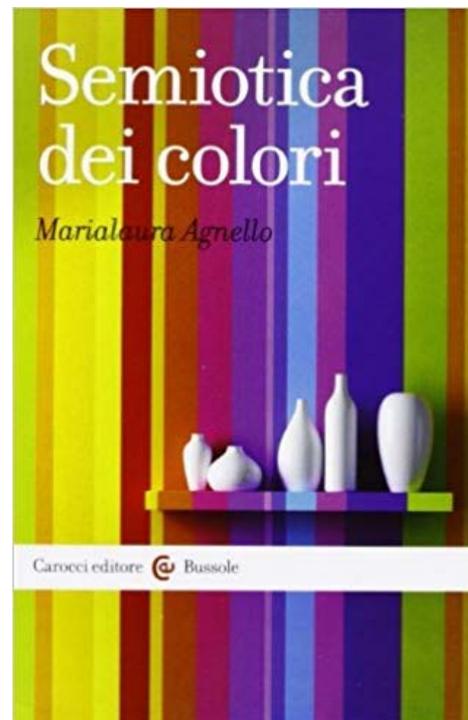
*Tariffe di sola andata soggette a disponibilità di posti. Tasse aeroportuali escluse (da € 6,54). Spese amministrative € 6,50 per transazione. Supplemento operations & security € 5,31 per tratta. Fuel surcharge € 11,50 per tratta. Tasse, spese e supplementi soggetti a variazioni.

Lo storico francese Michel Pastoureau ha a lungo studiato l'evoluzione del sistema dei colori e del loro significato nella cultura occidentale. È un ottimo esempio di analisi culturale del significato cromatico.



Approfondimenti (per chi vuol saperne di più...)

Per una introduzione al fenomeno del colore da un punto di vista semiotico, consultare questo libro di Marialaura Agnello (*Semiotica dei colori*).



Ancoraggio
(testo verbale
e testo visivo)

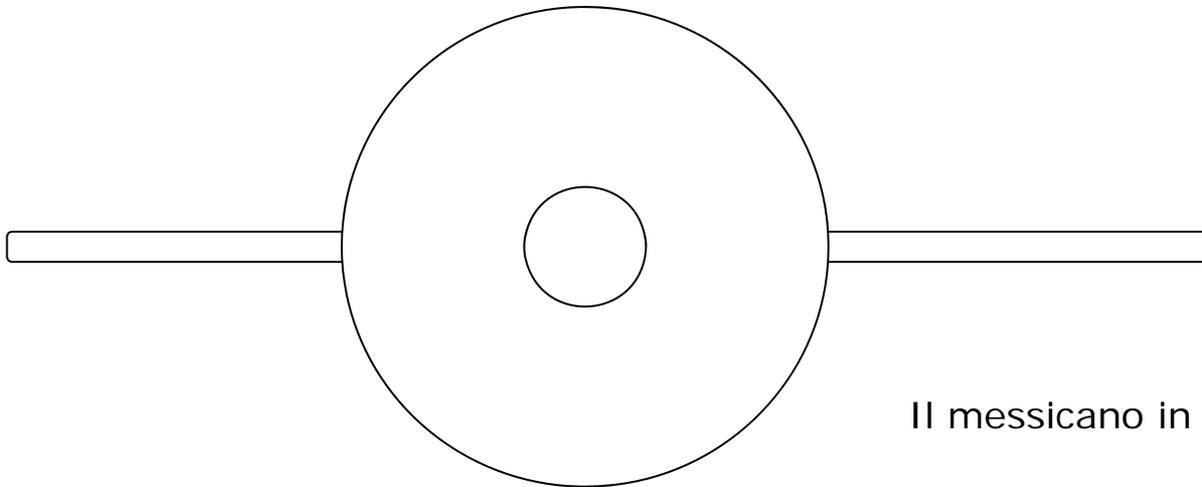
Il rapporto fra testo verbale e testo visivo: l'ancoraggio



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

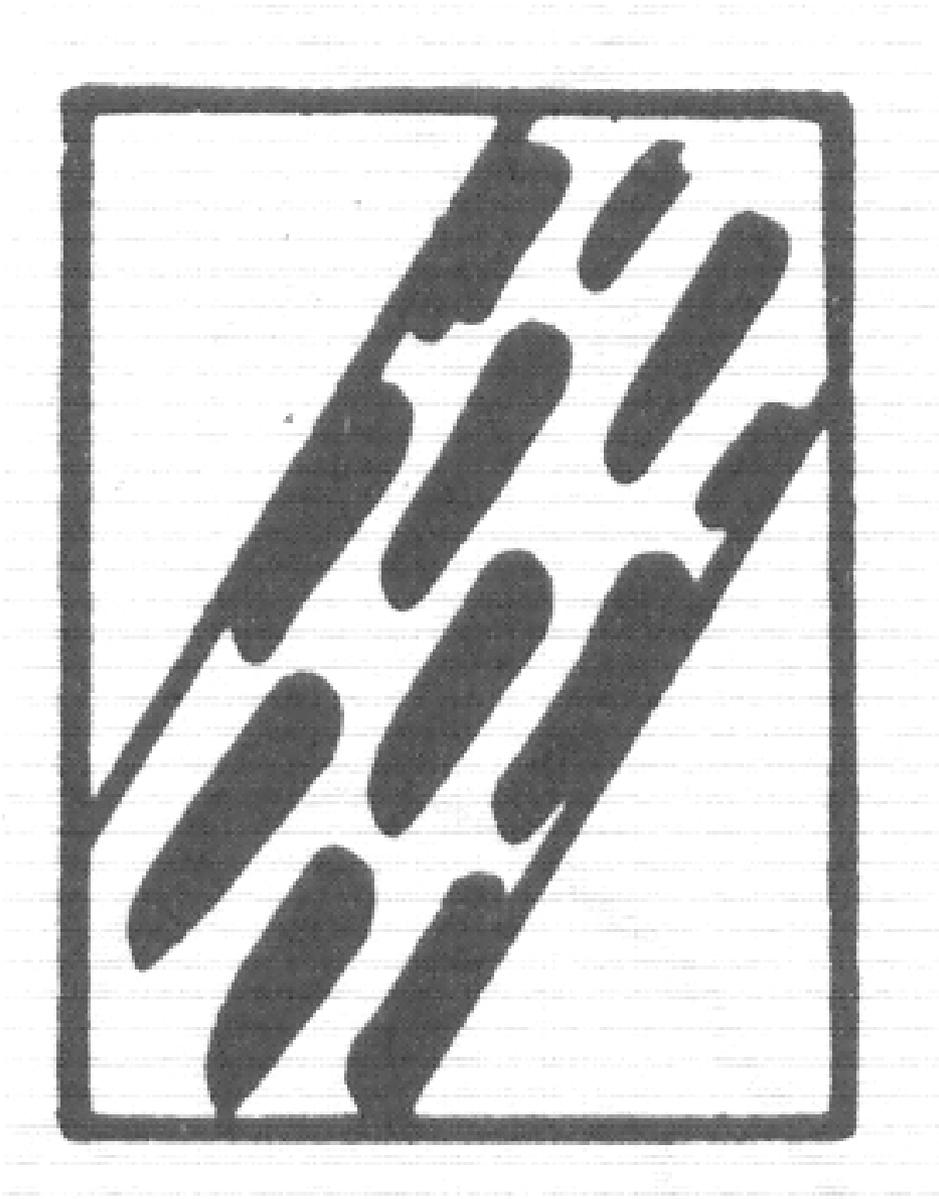
In alcuni casi, infatti, il testo verbale può essere aiutare o guidare l'interpretazione del testo visivo; di fronte all'ambiguità del visivo, il verbale lo "ancora" a una certa interpretazione.

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.



Pieter 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 bistros, 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)

Ancoraggio
(testo verbale
e testo visivo)

**Le tecniche dell'*ornatus*
(che è parte della retorica)
ci permettono di suggerire
significati, accostamenti,
in modo non esplicito.**

Il meccanismo di funzionamento degli effetti retorici è molto semplice. Ne aveva, più o meno, già parlato **Aristotele**: «Gli uomini infatti provano di fronte allo stile la stessa sensazione che provano di fronte agli stranieri e ai concittadini: si deve di conseguenza rendere esotico il linguaggio, poiché gli uomini ammirano ciò che è lontano, e ciò che provoca meraviglia è piacevole» [Ret. 1404b].

In altre parole esiste una **norma** (ciò che in pratica sarebbe normale aspettarsi) e una deviazione rispetto a questa norma. Questa deviazione prende solitamente il nome di **scarto**.

C'è pomodoro e pomodorino!



Solo i pomodorini più piccoli fanno il sugo più grande.



Saporiti, deliziosi, speciali...sono i nuovi sughi Star con Pomodorini. Tutto il gusto dolce e unico dei pomodorini di campagna lavorati freschi in tre sfiziose ricette: • **Mozzarella** • **Pesto e Ricotta** • **Olive e Pecorino** • Vi prenderanno per la gola, scommettiamo?



Metonymia visiva



Da G. Sonesson,
Pictorial Concept,
Lund University
Press 1989.

Metonymia visiva



Da G. Sonesson,
Pictorial Concept,
Lund University
Press 1989.

Metonimia visiva



Metonimia visiva



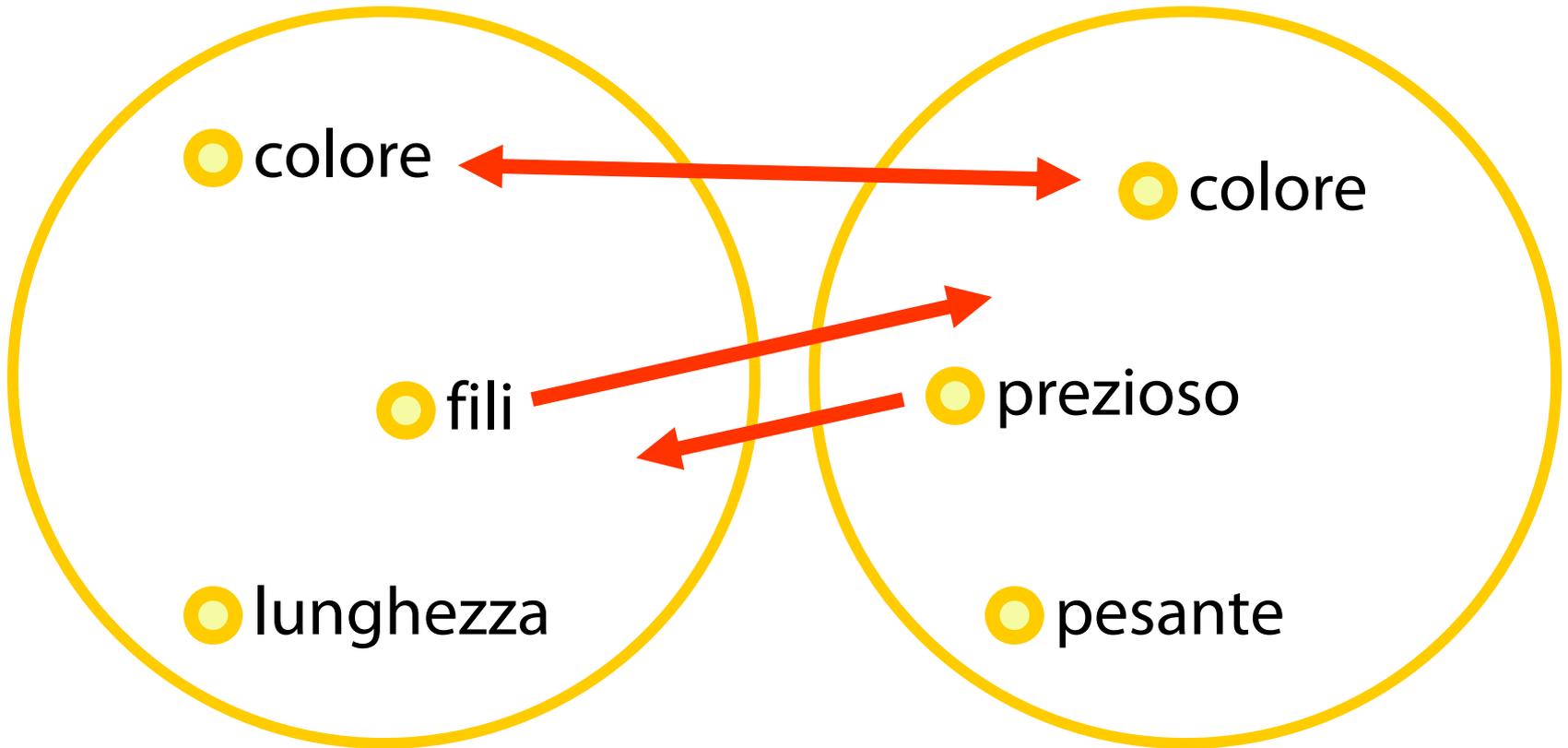
**La metafora accosta (e scambia)
due termini
che hanno qualcosa in comune.**

**Una volta avvenuto lo scambio
ognuno dei termini prende un po'
le caratteristiche dell'altro.**

laura ha i capelli d'oro

biondo

oro



Metafora visiva

FIGURA 16.1

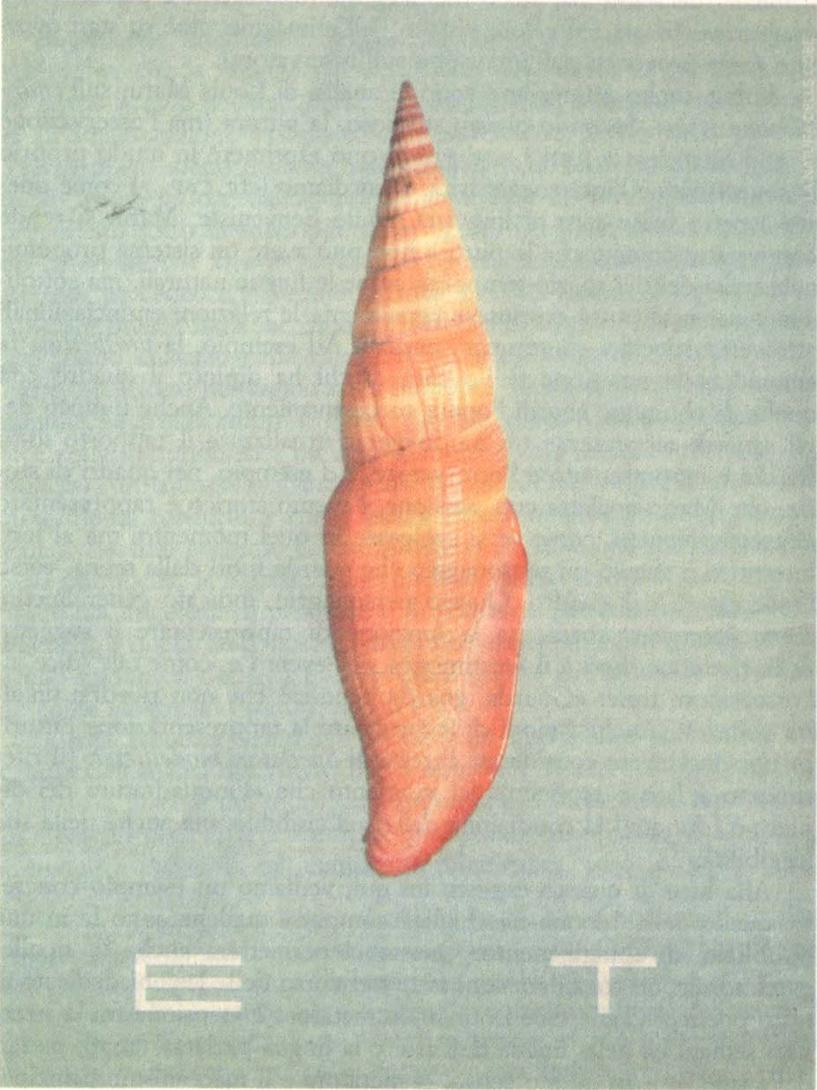


FIGURA 16.1 (segue)



Metafora visiva



Goodyear G800 Supersteels

After a 36,000 mile run-up,
I hit the brakes at 150.

That set of Supersteels had already done thirty or thirty-five thousand miles when I drove onto a mile-or-bridgort. Charged for a hell of a braking performance.

We set our marks only 66 feet apart, and from 50 mph, those Supersteels pulled me up in front the Highway Code stopping distance: 125 feet.

And on that same jetty they still had a clean, firm line through a scale to even after 36,000 miles of motoring. I can't think of any tyres but Goodyear G800 Supersteels that could give that kind of mileage as it still did our new-tyre performance at bits of road-holding, cornering and braking.

It's the best bit of performance that makes Goodyear G800 Supersteels the best tyres in the world for your money. And if you need another reason, Supersteels actually give you more miles per gallon too.

G800 Supersteels for performance that lasts

GOODYEAR

Source:
for auto
strength
releasing
and the
Power
Steer

Da G. Sonesson,
Pictorial Concept,
Lund University
Press 1989.

Riferimenti bibliografici

(per chi vuole approfondire)

P. Polidoro, *Metafora: retorica, semiotica e scienze cognitive*
<http://www.pieropolidoro.it/metafora.htm>

Da studiare per questa lezione

Polidoro, *Che cos'è la semiotica visiva*,
finire il capitolo 2.