

Glossario

a cura di Pierluigi Cervelli

Il glossario raccoglie informazioni essenziali su alcuni concetti semiotici utilizzati all'interno dei saggi di questo libro. È pensato come uno strumento semplificato di orientamento. Ogni voce può essere approfondita facendo riferimento alle indicazioni bibliografiche che la accompagnano.

Bricolage

Il bricolage è una procedura di creazione di testi, o insiemi di oggetti, che viene focalizzata da Lévi-Strauss nel libro *Il pensiero selvaggio* (1962). L'autore contrappone il modo di trovare soluzioni ai problemi del *bricoleur* e quello dell'*ingegnere*. La distinzione fra i due sta nel diverso modo in cui essi risolvono i problemi: il *bricoleur* inventa delle soluzioni contingenti riutilizzando e riadattando gli oggetti che ha a portata di mano, mentre l'*ingegnere* segue un sistema di regole che lo portano a delle soluzioni in qualche modo previste e si avvale di strumenti precisi. Il *bricoleur* ha dunque a cuore che l'oggetto funzioni e non si avvale di una teoria, al contrario l'*ingegnere* opera fondamentalmente secondo un progetto predeterminato. Lévi-Strauss sottolinea come il procedimento di invenzione del *bricoleur* sia molto diffuso anche nel sapere popolare presente nelle società occidentali. Il *bricoleur* opera sempre con oggetti che gli sono in qualche modo estranei e possiedono già un loro significato: sono "blocchi di significato preformati" che egli riplasma e deforma fino a renderli adatti alla situazione in cui si trova. Semplificando molto potremmo dire che questo permette a Floch di reinserire il concetto di *bricolage* nella sua cassetta di attrezzi semiotici

come una forma di uso, e di organizzazione, dei segni e degli oggetti. Così il bricolage viene assimilato a una prassi enunciativa, cioè a una pratica di produzione di enunciati, che assembla elementi eterogenei: ad esempio, nel campo della comunicazione, il modo in cui si costruisce l'identità di una marca.

Per approfondimenti: Floch 1990; Floch 2006; Lévi-Strauss 1962.

Classico/Barocco

La distinzione fra classico e barocco viene introdotta da Floch per rendere conto delle differenti forme di intelligibilità che le configurazioni visive possono produrre. Floch rielabora la distinzione introdotta da Wölfflin, noto storico dell'arte, svincolando però modo classico e modo barocco dalla storia dell'arte e presentandoli piuttosto come due "ottiche coerenti", due modi di organizzare il piano dell'espressione attraverso precise strategie. Esse riguardano:

- *Il ruolo della linea e delle masse*: se nella visione classica la linea funge da contorno delimitando gli elementi che occupano tutti un luogo preciso, nella visione barocca prevale il rapporto fra masse, per cui gli elementi della composizione si accavallano e si mescolano.

- *La profondità attraverso la distinzione fra piani*: la visione classica distingue nettamente i piani, la barocca opta per una rappresentazione tesa a esprimere la profondità senza separarli.

- *Il ruolo della luce*: la visione classica tende alla chiarezza e alla distinzione degli elementi, la barocca opta per l'oscurità. La luce "classica" è una luce sicura, che porta a una chiarezza totale degli elementi, al contrario la visione barocca si realizza attraverso macchie di oscurità.

- *La chiusura del testo*: la composizione classica è ordinata e rispetta la cornice che la ospita, mentre la composizione barocca sembra voler uscire dalla cornice o essere pensata al di là di essa. Un bell'esempio si trova a Roma nella chiesa di Santa Susanna, in cui le figure degli angeli fuoriescono dai quadri appoggiandosi sulla cornice stessa.

- *La dialettica fra molteplicità e unità*: la visione classica si presenta come un tutto ordinato in cui ogni parte trova il suo preciso ruolo nell'insieme, mentre la composizione barocca tende a far svanire la distinzione fra gli elementi mettendo l'accento su una composizione che ha una sua unità "assoluta".

Classico e barocco vengono così a costituire due forme semiotiche, capaci di produrre specifici effetti di senso, che Floch ritrova in diversi tipi di testi.

Per approfondimenti: Floch 1986, 1990; 1995.

Estesia

L'estesia è una forma di conoscenza legata alla percezione sensoriale, che prevede una diminuzione del sapere cognitivo e un aumento della componente sensibile. L'oggetto viene colto attraverso una presa diversa da quella legata alla trasmissione cognitiva di un'informazione, dandosi attraverso l'articolazione del sentire, della presa corporea. Si tratta di una comprensione che coinvolge i sensi, e generalmente più sensi assieme, costituendosi come una generale sinestesia in cui le sintassi dei vari sensi possono tradursi le une nelle altre, lo sguardo può percepire ad esempio come se fosse il tatto. Questo fenomeno si realizza in testi di vario tipo: opere pittoriche, come quelle di Francis Bacon, o testi letterari, come il romanzo *Palomar* di Italo Calvino analizzato da Greimas (1987). Il tema della sensibilità coinvolge i modi in cui si percepisce ma anche i tempi di percezione, perché in questo modo della conoscenza la distinzione fra soggetto e oggetto non è ancora data una volta per tutte e può ricostituirsi, contribuendo alla definizione di nuovi significati ed a una risemantizzazione degli oggetti. Per questo l'estesia non è un momento della percezione, ma è un processo che può intervenire in qualunque momento come una "frattura del quotidiano" e della percezione ordinaria, che porta a una ricostituzione delle relazioni fra ciò che viene percepito e il soggetto percepiente. Il soggetto della percezione si trova modificato improvvisamente e in maniera radicale senza un passaggio narrativo fra uno stato e un altro.

Per approfondimenti: Greimas 1987; Fabbri, Marrone, a cura, 2001, pp. 266-358; Bertrand 2002, pp. 147-153.

Informatore-osservatore

Per rendere conto delle trasformazioni cognitive nei testi si articola una relazione fra due attanti, informatore e osservatore, che gestiscono attraverso un rapporto polemico o contrattuale la circolazione del sapere all'interno del testo. Si tratta dunque sempre di simulacri delle posizioni del sapere. L'osservatore si configura come un'"istanza di osservazione" astratta, che può essere resa a livello figurativo e della manifestazione da diversi attori, non necessariamente antropomorfi. L'osservatore possiede l'informazione e la trasmette a un'"istanza di informazione" che riceve un sapere parziale o totale. I casi di trasparenza sono molto rari e in genere l'osservatore costruisce un sistema di reticenze, manipolando gli elementi presenti nel testo ed evidenziandone solo alcuni. Il valore conteso è la competenza del fruitore dell'opera che può trovarsi così incluso o escluso dall'opera stessa. In questo modo i due attanti contribuiscono alla costruzione di un punto di vista inclusivo o escludente, che tende cioè a non manifestare la presenza di un fruitore virtuale o a manifestarla, ma senza rappresentarla necessariamente attraverso un attore della narrazione. L'organizzazione della prospettiva è uno dei casi più evidenti di questa dialettica tra i due attanti.

Per approfondimenti: Fontanille, J., "*L'osservatore come soggetto enunciativo*", in Fabbri, Marrone, a cura, 2001.

Punto di vista

Questa nozione è stata elaborata nell'ambito della semiotica generativa, per dare conto del modo in cui un testo si mostra a un osservatore e permette la propria conoscenza. In questo senso il punto di vista è il risultato di una serie di operazioni (riconducibili al soggetto produttore del discorso in quanto istanza astratta, di enunciazione, e non soggetto reale, empirico) che regolano la messa a fuoco di certe parti del testo piuttosto che altre, enfatizzando in certi momen-

ti la chiarezza e la riconoscibilità di alcuni segmenti testuali, e invece facendole diminuire in altri. In questo senso il punto di vista regola l'aspetto cognitivo della relazione fra testo e enunciatario che lo riceve (cioè istanza astratta di fruitore). Ma l'aspetto cognitivo non è l'unico che va considerato: l'opera infatti non comunica solo un sapere ma anche il modo di valutare questo sapere, e dunque le procedure di creazione di un punto di vista prevedono la creazione di una gerarchia di valore: alcuni segmenti testuali sono messi in valore e altri sono de-valorizzati. La creazione del punto di vista fornisce indicazioni su come il sapere che si riceve debba essere valutato e spesso è implicito in esso un sistema di istruzioni di comportamento, di ricezione. Il procedimento è generale ed è legato a più forme espressive, sia verbali che visive. Questa costruzione è particolarmente evidente in pittura: in molte scene di Crocifissione, ad esempio, la Madonna e le donne attorno a Gesù non solo indicano (cioè mettono in rilievo) il Cristo, il protagonista della vicenda ma anche si disperano, dando così un'informazione su come recepire la scena e valutarla. Il punto di vista, dunque, è insieme cognitivo e timico-valutativo, legato cioè alla passionalità. Anche nella spazialità vi può essere un'organizzazione di questo tipo, meno evidente: la valorizzazione viene legata alla messa in forma e alla riconoscibilità o meno degli elementi e dei loro confini (il valore, cioè, si costituisce attorno al fatto che gli elementi siano dotati di un inizio e di una fine riconoscibili o no), mentre la messa in evidenza di certi elementi cambia a seconda che si abbia una visione prospettica o una spezzata, ravvicinata, quando ad esempio gli spazi si presentano come quinte teatrali.

Ma il punto di vista è ricostruibile anche tramite la maniera in cui si costruiscono nel testo la presenza dell'enunciatore e dell'enunciatario. Questa può avvenire tramite la presenza di "delegati": personaggi che hanno il compito di rappresentare l'osservatore (come l'astante, quel personaggio che guarda ciò che il quadro rappresenta, la città o il paesaggio, e li indica) oppure attraverso le posture e le forme di sguardo costruite nei testi.

Per approfondimenti: voce “*Punto di vista*”, in Greimas, Courtés 1979; voce “*Punto di vista*” del *Lessico di semiotica visiva* in Corrain, a cura, 1999; Pezzini 1998.

Semiotica plastica

Un'immagine è un testo il cui piano dell'espressione permette due tipologie di analisi, plastica e figurativa. L'analisi plastica può essere indipendente da quella figurativa, poiché permette di rendere conto degli effetti di senso prodotti a prescindere dal riconoscimento di figure del mondo reale, ed è l'unica possibile nel caso di testi visivi astratti. L'analisi figurativa, invece, studia il modo in cui riusciamo a interpretare delle configurazioni visive come “segni” del mondo reale, ma non per la loro somiglianza con ciò che rappresentano, il referente, ma per una convenzione culturale, una “griglia di lettura” che proiettiamo per riconoscere e che ci rende il mondo intelligibile. Se proiettata su una superficie piana, questa griglia ci permette di vedere simultaneamente un fascio di tratti visivi, un insieme di elementi della composizione, e di interpretarli come una figura del mondo naturale. L'analisi plastica si sofferma invece sulla strutturazione delle forme che compongono i testi visivi, a prescindere dall'identificazione degli oggetti, e rappresenta lo strato profondo dell'immagine, quello che produce le differenze fra i suoi elementi e il suo ritmo di composizione. Le categorie plastiche, attraverso cui analizziamo questo strato non figurativo, sono di tre tipi: topologiche, cromatiche ed eidetiche. Le categorie topologiche strutturano l'immagine, costituendo il punto di partenza dell'analisi plastica, perché permettono di segmentare l'immagine in parti diverse e forniscono indicazioni sull'orientamento di lettura del testo visivo.

L'individuazione delle categorie cromatiche precede quella delle categorie eidetiche, poiché osservando un'immagine dapprima percepiamo delle giustapposizioni di colore e solo successivamente linee e contorni, descrivibili appunto attraverso le categorie eidetiche. Così come ogni linguaggio, anche quello plastico costituisce una gerarchia fra

gli elementi che lo compongono e l'analisi deve prevedere differenti livelli di complessità. Il piano dell'espressione plastica è formato dalle figure plastiche, costituite da un insieme di tratti distintivi, che sono individuabili attraverso le categorie plastiche. La figura plastica è l'unità minima dell'espressione plastica, ma non costituisce il punto di arrivo dell'analisi, che deve invece ricercare configurazioni più complesse, chiamate formanti plastici, formati da un insieme di figure e che si caratterizzano per la loro capacità di congiungersi con dei significati e di costituirsi infine in segni.

Per approfondimenti: Greimas, A. J., "*Semiotica figurativa e semiotica plastica*", in Fabbri, Marrone, a cura, 2001, pp. 196-210; Fabbri, P, Marrone, G., 2001, Premessa alla parte terza, "*La dimensione figurativa*", in Fabbri, Marrone, a cura, 2001, pp. 140-147.

Semisimbolico

Il modo semisimbolico costituisce una modalità di correlazione fra i piani dell'espressione e del contenuto di un linguaggio. La correlazione non avviene fra i singoli elementi dei piani ma fra categorie, ovvero fra coppie di elementi che si oppongono. A una categoria del piano dell'espressione corrisponde una categoria del piano del contenuto, come nel caso dei gesti, quando i movimenti della testa corrispondono alla coppia affermazione/negazione, oppure, come nella pittura medievale, quando alcuni significati, come sacro vs profano, sono manifestati attraverso l'opposizione fra alto e basso della scena rappresentata. In questo caso la significazione si relaziona agli universi culturali in cui si produce: in alcune culture, come quella albanese ad esempio, il rapporto fra negazione e affermazione gestuale è inverso rispetto al nostro, mentre in alcune zone d'Italia, come in Sicilia, il movimento ascendente della testa indica negazione. In questo modo anche le semiotiche monoplanari, come quella visiva, i cui singoli elementi non sono provvisti ognuno di una sua significazione (come nel linguaggio verbale), si rendono interpretabili e correlabili a

un contenuto che però varia di volta in volta in funzione degli elementi rappresentati.

Per approfondimenti: voce “Semiotica”, in Greimas, Courtés 1979; Calabrese 1999c; Pozzato 2001.

Spazio

La semiotica considera lo spazio come un sistema semiotico capace di parlare di altro da sé. Come lo spazio in generale parla della propria articolazione, della società e delle relazioni fra gli uomini, così uno spazio commerciale parla dell'identità e dei programmi d'azione del marchio che lo ha posto in essere. La semiotica dello spazio si caratterizza come una semiotica sincretica, che utilizza sostanze diverse per costituire un unico piano dell'espressione. Lo spazio è dunque una semiotica sui generis in quanto è il luogo in cui il mondo si manifesta all'uomo attraverso le sue qualità sensibili. La sua complessità sta nel fatto che il soggetto umano che lo percorre non è solo il destinatario del messaggio espresso tramite l'organizzazione spaziale, ma è esso stesso parte del piano dell'espressione.

Benché possa essere considerato a tutti gli effetti l'esito di una progettualità, ogni spazio architettonico viene risemantizzato da coloro che lo percorrono o lo abitano contribuendo così a creare un testo nuovo. Il senso reale di uno spazio nasce allora da una negoziazione continua fra le intenzioni di chi lo ha posto in essere e che cerca di prevederne l'uso, installando nel testo un simulacro dell'enunciatorio provvisto di una sua competenza, e le pratiche effettive di coloro che lo vivono. Un ulteriore elemento del piano dell'espressione del linguaggio architettonico sono gli oggetti, che possono servire a segmentare e semantizzare lo spazio. Per considerare il ruolo dello spazio bisogna riconoscerne la triplice natura. Come ha scritto Gianfranco Marrone (2001) esso può configurarsi come:

- Spazio del testo
- Spazio nel testo
- Spazio come testo

Esso può cioè rappresentare la cornice di una manifestazione testuale (spazio del testo) e assumere caratteristiche variabili in funzione della natura del testo indagato (sarà bidimensionale nel caso di un testo visivo). Oppure può riguardare la dimensione figurativa in riferimento allo spazio enunciato (spazio nel testo) che fa da sfondo alle azioni dei diversi attori narrativi e ancora, quando si percepisce come testo, può avere un'organizzazione narrativa e rinviare ad altro da sé (la società, l'uomo).

Per approfondimenti: Greimas, A. J., 1976, "Per una semiótica topologica", in Greimas 1976b; voce "Spazio", in Greimas, Courtés 1979; Marrone 2001; Hammad 2004.

Valorizzazione

Le forme della valorizzazione sono introdotte per rendere ragione del modo in cui un oggetto acquista valore per un soggetto. Un'automobile, dice Greimas (1983), può ad esempio essere acquistata perché dà un senso intimo di forza, perché è un mezzo rapido di spostamento o perché permette di acquisire un certo prestigio sociale. Esso, dunque, non ha valore in sé, ma sempre per qualcuno. L'oggetto si definirà allora per la sua configurazione (il modo in cui le sue parti costituiscono una forma), per i rapporti che ha con altri oggetti, per la differenza rispetto a essi, e per la relazione che lo lega a un soggetto che vi investe del valore: l'oggetto funziona come supporto per l'investimento di certi valori. Floch estende questo tipo di analisi dal linguaggio agli oggetti e proietta l'opposizione pratico/mitico (la componente funzionale) sul quadrato semiotico, ottenendo quattro posizioni, appunto quattro forme di valorizzazione. L'opposizione di base è fra valorizzazione *mitica* e *pratica*, la prima avrà a che fare con valori di base, esistenziali, che cioè sono finalizzati alla realizzazione del soggetto, al riconoscimento della sua identità, la seconda sarà legata a valori cosiddetti *d'uso*, funzionali alla realizzazione di un programma narrativo. Grazie al quadrato semiotico si identificheranno altre due valorizzazioni, una *critica* e una *ludica*.

Valorizzazione
pratica
(valori d'uso)

Valorizzazione
utopica
(valori di base)



Valorizzazione
critica
(valori non di base)

Valorizzazione
ludica
(valori non di uso)

All'interno del corpus di riferimento di Floch (1990, p. 175), un centinaio di pubblicità di automobili, i valori pratici sono "la maneggevolezza, la robustezza", quelli di base, utopici, sono "la vita, l'avventura", quelli ludici "il lusso, la raffinatezza" e quelli critici sono dati dal rapporto fra qualità e prezzo. Bisogna precisare che questi valori dipendono dal corpus di riferimento e che quello costituito col quadro semiotico è un apparato formale in cui i valori vanno definiti di volta in volta. Per cui i valori critici non saranno sempre quelli del rapporto fra qualità e prezzo ma andranno ricercati fra quelli che negano i valori utopici, smitizzando gli oggetti; la valorizzazione ludica, invece, è quella che nega la praticità, valorizzando la componente estetica degli oggetti e il piacere che provoca possederli.

Per approfondimenti: Floch 1986; 1995.