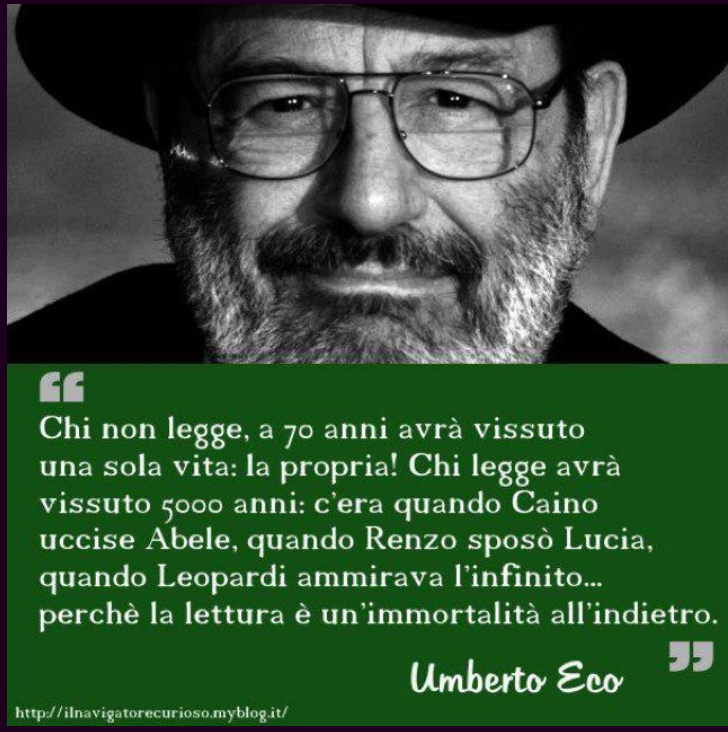
GLI ELEMENTI FONDAMENTALI DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

- La scienza che studia la comunicazione umana e i sistemi di segni su cui si basa è detta SEMIOTICA o SEMIOLOGIA.

- Qualunque elemento di una forma di comunicazione che comunica informazioni può essere definito "SEGNO".



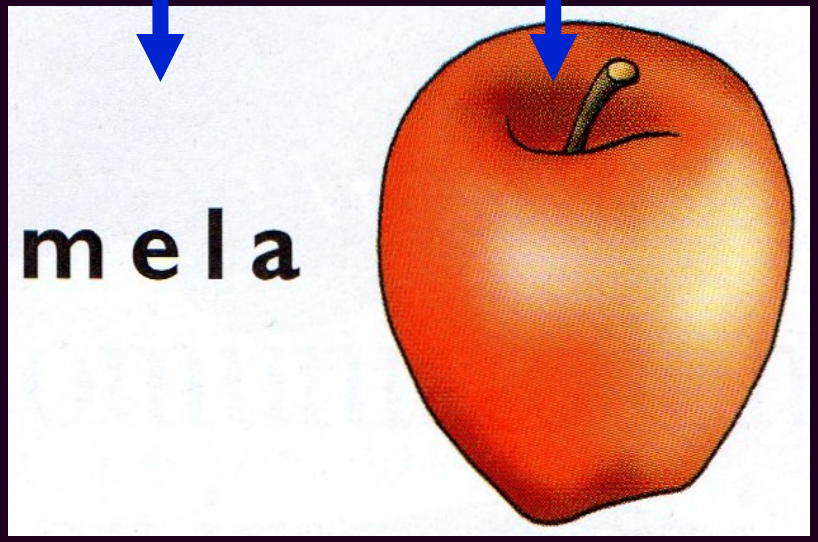
- Nell'ambito della semiologia ogni segno, visivo o verbale, è composto da una forma percepibile con i sensi definita SIGNIFICANTE… e da un contenuto simbolico, non percepibile, definito SIGNIFICATO.

- A queste due proprietà fondamentali del segno si aggiunge il REFERENTE, anche detto CONTESTO, ossia l'oggetto concreto a cui il segno rimanda.

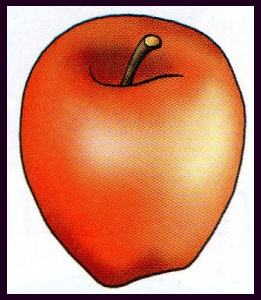
Contenuto e forma visibile

Concetto e immagine

Significato e significante



La semiologia distingue le immagini in base al loro rapporto con l'oggetto concreto che rappresentano



ICONA

immagine molto simile
a come percepiamo l'oggetto

INDICE

immagine che ha solo alcuni elementi di riferimento diretto con l'oggetto concreto

SIMBOLO

immagine che non ha elementi visivamente attinenti all'oggetto: ne riconosciamo
il significato solo per convenzione

Altro esempio

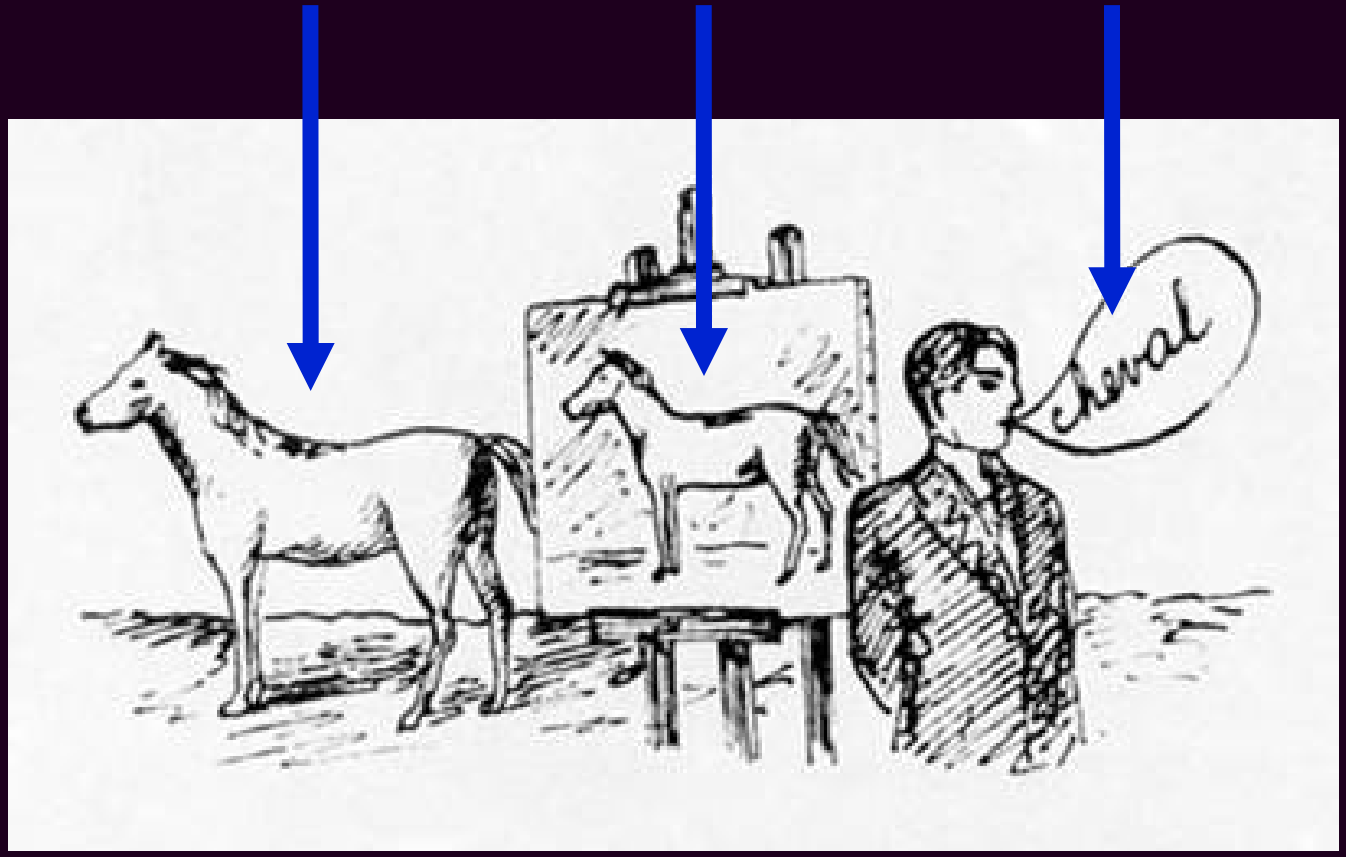
ICONA
immagine molto simile
a come percepiamo l'oggetto

INDICE
immagine che ha solo alcuni elementi
di riferimento diretto con l'oggetto
concreto

SIMBOLO
immagine che non ha elementi
visivamente attinenti all'oggetto: ne
riconosciamo
il significato solo per convenzione

Un disegno di Magritte, con…

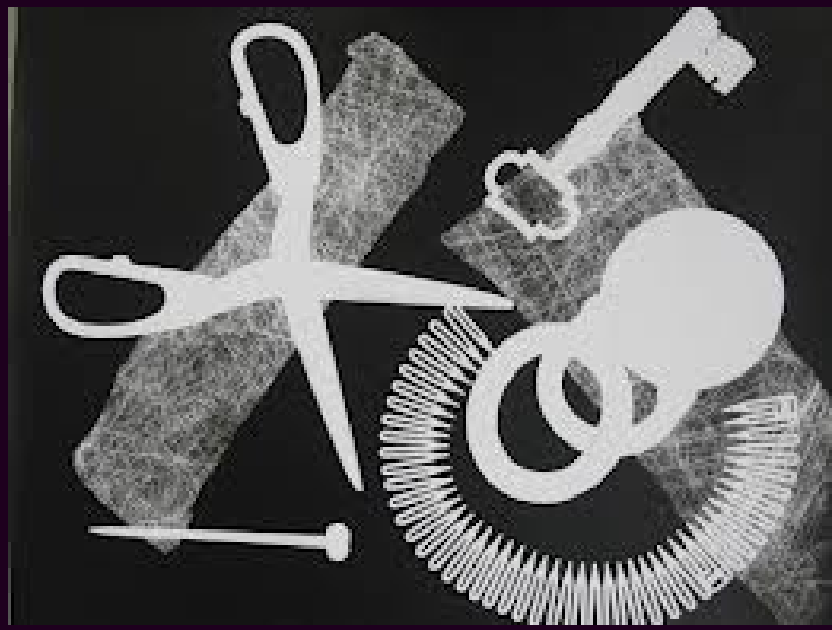
l’oggetto concreto - l’icona - il simbolo



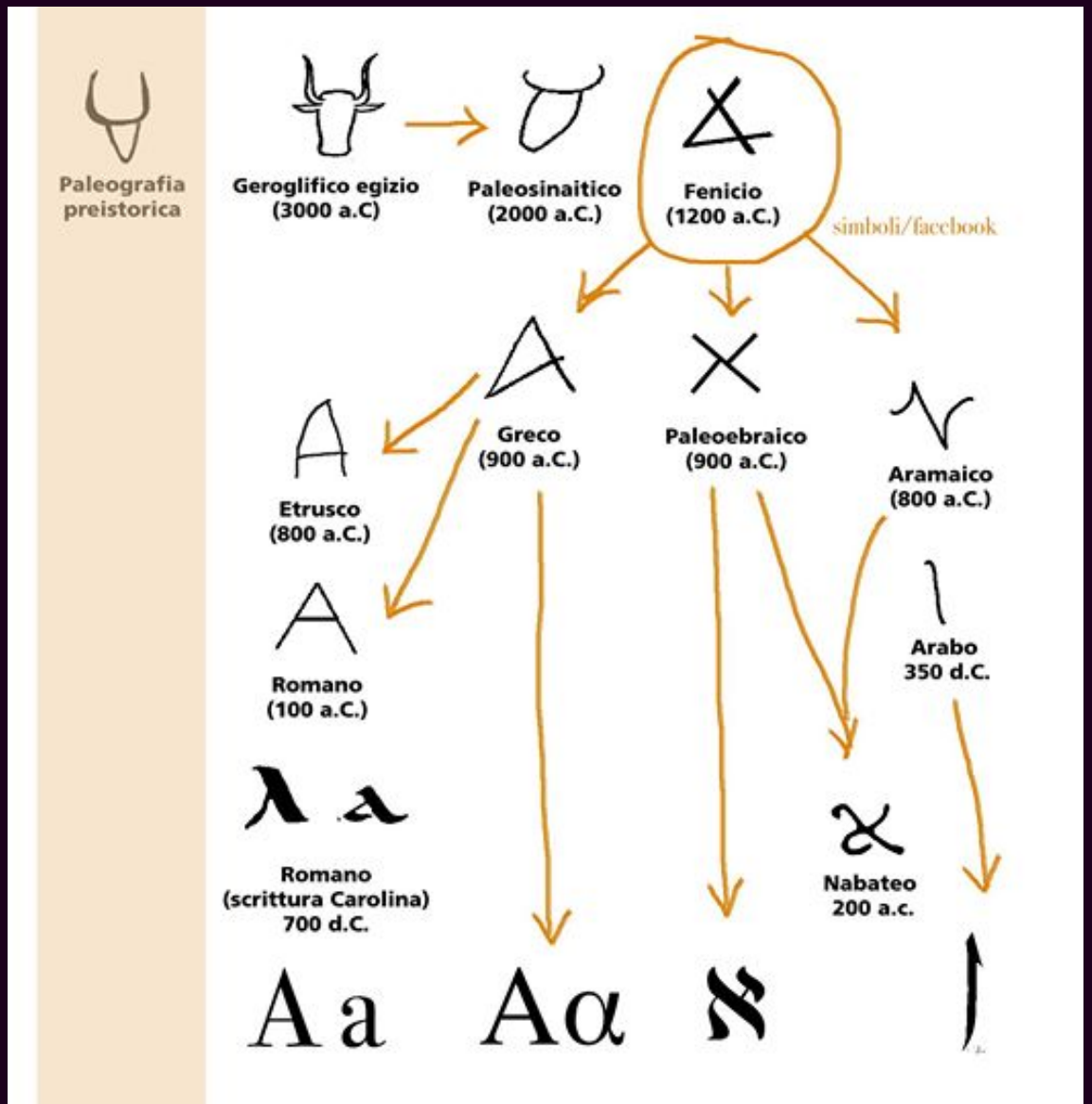
Precisiamo che l'indice è qualcosa che indica concretamente qualcosa, pur non rappresentandolo: ha un rapporto diretto col suo referente.

Tutte le impronte sono indici,
da quelle sulla sabbia,
a quelle nelle grotte preistoriche,
all'impronta digitale di Leonardo
sul disegno della damigella.

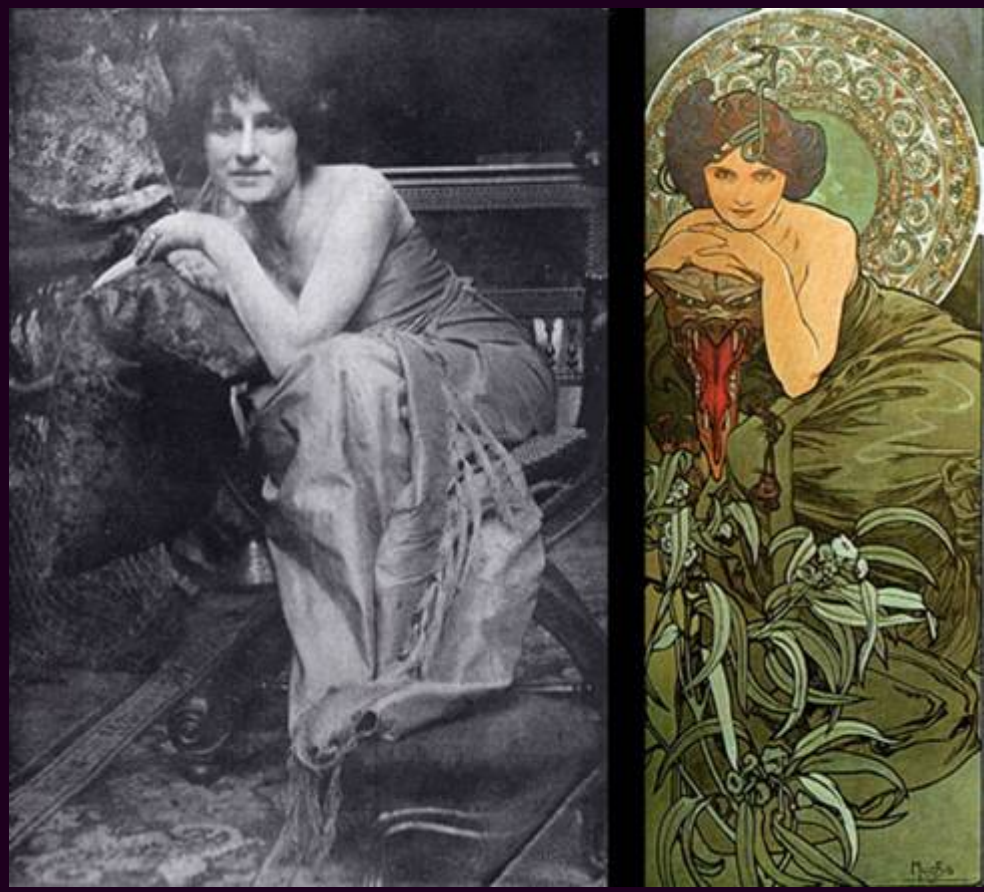
Per questo motivo, mentre alcuni semiologi considerano le fotografie come icone, in quanto hanno somiglianze precise con la realtà; altri le considerano invece degli indici, perché sono frutto dell'impronta della luce originata dalla realtà. I *rayogrammi* di Man Ray lo sono ancor più (impronte dirette di oggetti su carta fotosensibile).



Gli alfabeti recano la storia del passaggio
da immagini con rapporti diretti con la realtà
(il toro, chiamato “aleph”) a progressive simbolizzazioni
(“a” iniziale di aleph)
che, poi, si biforcano
(l’alfa greca);
in questo caso
perdendo il legame
anche simbolico
con l’oggetto iniziale.



Le documentazioni dei modelli utilizzati dagli artisti mostrano il passaggio dall'immagine fotografica all'interpretazione figurativa, che estrae alcuni elementi e la modifica stilisticamente. A volte, poi, le persone diventano simboli, come nelle simbologie dei mesi di Mucha o delle stagioni del Maestro dei mesi di Ferrara.

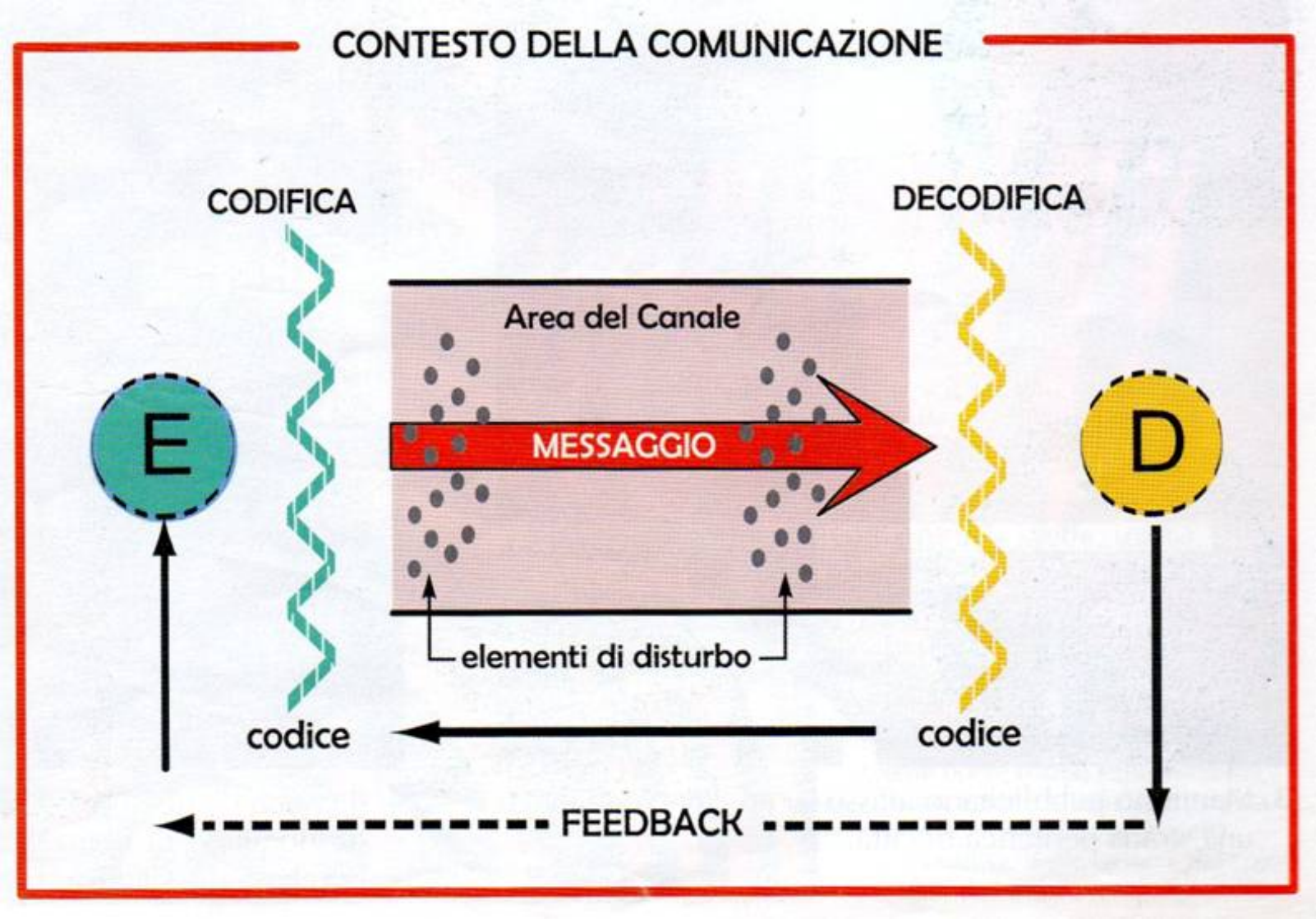


Lo schema basilare della comunicazione

- **EMITTENTE** è il soggetto che elabora e produce il messaggio, visivo, verbale o altro.
- **DESTINATARIO** colui al quale il messaggio viene indirizzato e di cui diviene lettore e interprete.
- **MESSAGGIO** è formato dall'insieme dei segni, che, raggruppati secondo precise regole, formano un insieme logico che si riferisce ad un'idea di oggetti concreti o astratti.
- **CONTESTO** o referente, è l'ambiente (fisico, culturale, relazionale) all'interno del quale avviene l'atto comunicativo.
- **CANALE** è il veicolo di trasmissione del messaggio (l'aria per il parlato, la carta per gli scritti, le onde radio…).
- **CODICE** è il sistema di regole e segni attraverso il quale il messaggio viene riconosciuto.

Perché il messaggio venga ricevuto occorre che arrivi attraverso il canale e che il destinatario riesca a decodificarlo (comprenderlo).

In ogni momento l'emittente riceve comunque un segnale di ritorno dal destinatario (*feedback*), anche soltanto dall'espressione del volto…

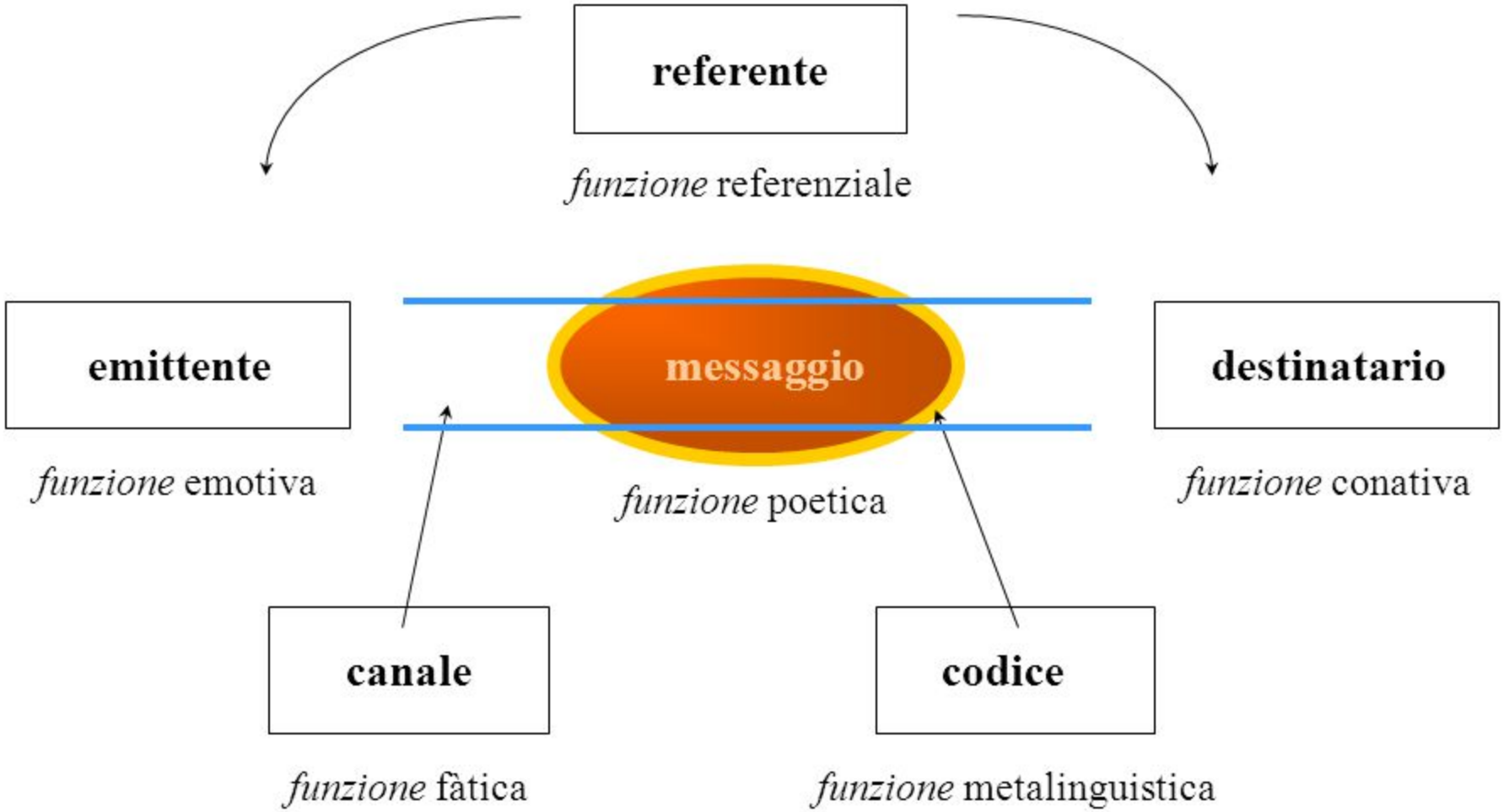


LE FUNZIONI DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

- La comunicazione può avere diverse finalità.
- A seconda che si dia importanza a uno o all'altro degli elementi della comunicazione, si può far leva su di una funzione linguistica e quindi enfatizzare (colorire)
  il messaggio in modo particolare.

- Un messaggio può essere utilizzato per informare, per esprimere sensazioni e pensieri dell'autore o per esortare l'osservatore ad assumere un determinato comportamento…

Fattori e funzioni della comunicazione



R. Jakobson (1963)

FUNZIONE ESPRESSIVA / EMOTIVA

QUANDO LA COMUNICAZIONE E' INCENTRATA SULL'EMITTENTE

- **Il soggetto che elabora il messaggio, esprime le sue emozioni al destinatario.**
- **Mette in luce la sensibilità dell'autore, i suoi sentimenti, il suo immaginario.**
- **In questo tipo di messaggi visivi si sottolinea il ruolo centrale dell'autore, che si impone e domina l'attenzione.**

FUNZIONE POETICA / ESTETICA

QUANDO LA COMUNICAZIONE E' CONCENTRATA SUL MESSAGGIO

Prevale il fine estetico. L'attenzione dell'osservatore è volutamente portata a considerare soprattutto l'aspetto formale, ossia la composizione, i colori, la luce… o la voce, il suono…

L'attenzione si sposta dall'autore all'opera, alla forma stessa del messaggio, all'aspetto formale dei dipinti...

FUNZIONE ESORTATIVA O CONATIVA

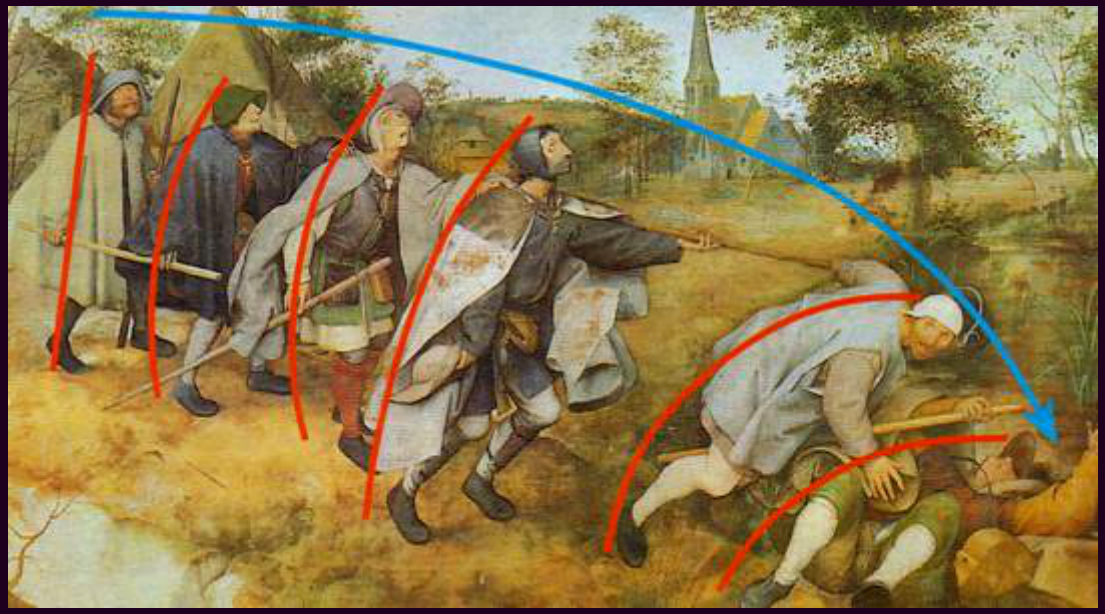
QUANDO LA COMUNICAZIONE SI SPOSTA SUL DESTINATARIO

Ha una dominante funzione persuasiva. Spinge l'osservatore a fare o a non fare una determinata cosa.

Riguarda il destinatario, perché il messaggio può essere un ordine, una seduzione, un obbligo, che lo inducono ad assumere un certo tipo di atteggiamento.

È frequente nei messaggi pubblicitari ("Collezionali tutti!").

FUNZIONE METALINGUISTICA



QUANDO LA COMUNICAZIONE PUNTA SUL CODICE

- **Si ha quando usiamo segni per spiegare, interpretare e commentare altri segni, cioè facciamo comunicazione sulla comunicazione, che in tal modo "riflette su se stessa".**

- **Ad esempio quando si studiano le regole grammaticali e sintattiche di una lingua, le quali svolgono una funzione metalinguistica.**

FUNZIONE
FATICA O DI CONTATTO

QUANDO LA COMUNICAZIONE E' INCENTRATA SUL CANALE

- **È utilizzata quando si vuole stabilire e consolidare il contatto tra l'autore e il destinatario ("Pronto, mi senti??").**

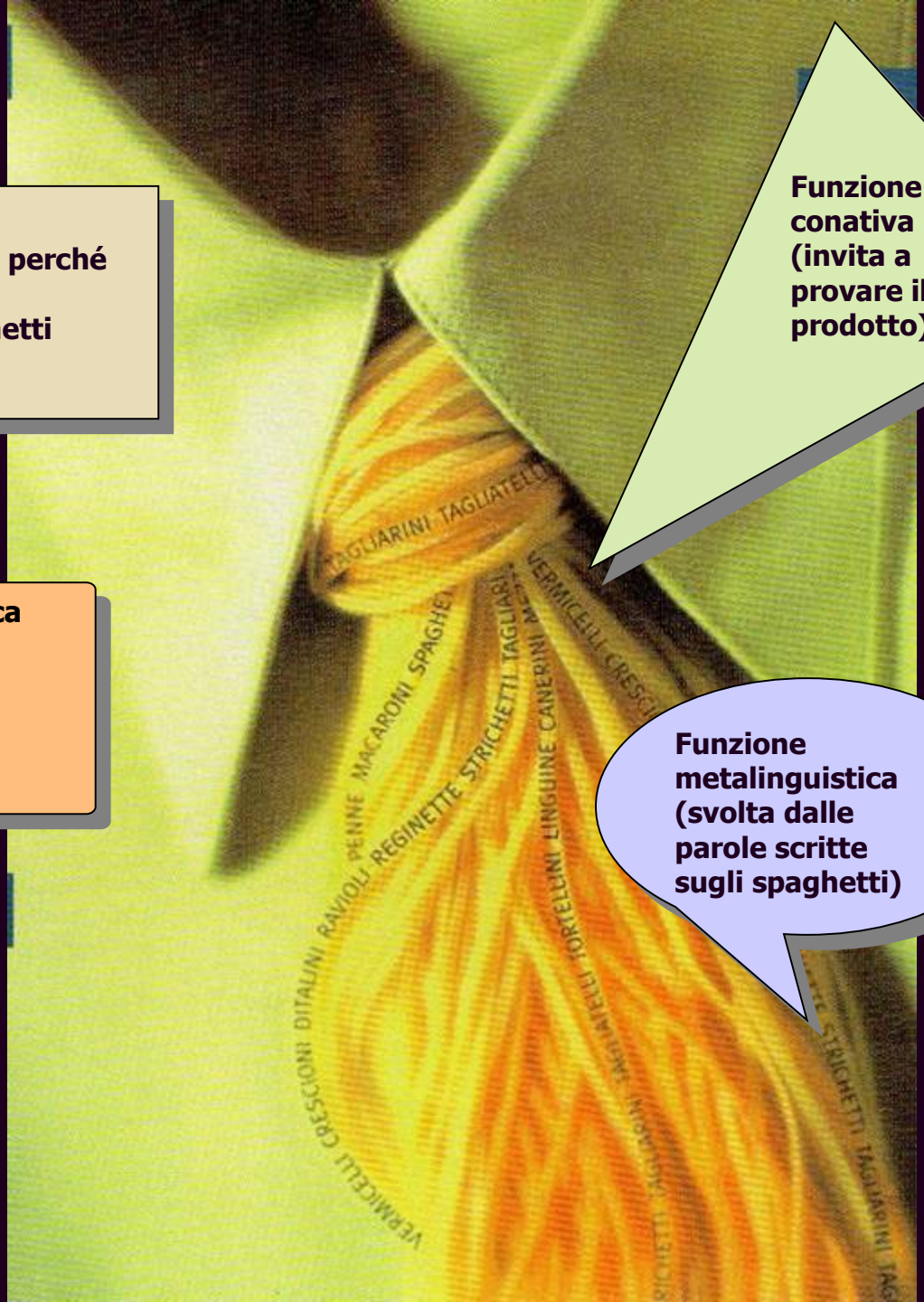
- **Le sorprendenti immagini surreali di Dalì ci fanno soffermare a più riprese su dettagli e particolari che a prima vista ci sfuggono.**

FUNZIONE INFORMATIVA O REFERENZIALE

QUANDO LA COMUNICAZIONE PUNTA SUL CONTESTO

- Per la sua immediatezza, l'immagine è frequentemente utilizzata per documentare fatti di cronaca, per descrivere avvenimenti o denunciare problemi sociali, come avviene con le fotografie pubblicate sui giornali.

- In altri contesti le immagini sono usate per descrivere un oggetto o un ambiente, oppure per visualizzare dei concetti attraverso schemi grafici e disegni.



Funzione espressiva (l'immagine incuriosisce perché si percepisce che non è possibile usare gli spaghetti come cravatta)

Funzione conativa (invita a provare il prodotto)

Funzione estetica (l'immagine è elegante e ben strutturata)

Funzione metalinguistica (svolta dalle parole scritte sugli spaghetti)