

Publicità e identità visive nell'opera di Jean-Marie Floch Cap. 21 Manuale Pozzato Cap. 8 libro di Floch

Il concetto di *bricolage*

- Nell'attività **artistica** si combinano e ricombinano elementi artistici e culturali preesistenti.
- La **cultura di massa** mette in atto un continuo lavoro di bricolage su elementi di intertestualità.
- **Qualunque elaborazione culturale** si basa su operazioni di **bricolage nell'enciclopedia** del sapere condiviso.
DIALETTICA FRA VECCHIO E NUOVO, RIPETIZIONE E CREATIVITÀ.

Il concetto di *bricolage*

Concetto di Lévi-Strauss (1958):

- da un lato c'è il **fare specialistico**, per cui si usano **strumenti appropriati e funzionali** agli scopi a cui devono servire,
- dall'altro c'è il **fare bricolage**, per cui si assemblano **pezzi precostituiti** per adattarli alla funzione che devono svolgere (nell'hobby casalingo ma anche nell'estetica, e in qualunque elaborazione creativa).

Il bricolage teorico di Floch

La teoria semiotica di Floch trae spunto da almeno tre discipline:

- 1) La **storia dell'arte** (con particolare attenzione alla pittura **non figurativa**),
- 2) L'**antropologia** (Lévi-Strauss, Leroi-Gourhan),
- 3) Il **marketing** (ricerche e analisi di mercato).

L'assiologia del consumo di Floch

Opposizione fondamentale

Valori d'uso, pratici, utilitari = sono i valori pratici, di tutti i giorni (eseguire certi compiti ordinari: spostarsi, scrivere, lavorare...) che orientano programmi narrativi **secondari, d'uso**.

Valori di base, mitico-esistenziali = sono valori che corrispondono a **preoccupazioni e desideri fondamentali dell'essere** (cibo, sessualità, benessere fisico, amore, felicità, libertà...) e orientano programmi narrativi **fondamentali**, più profondi.

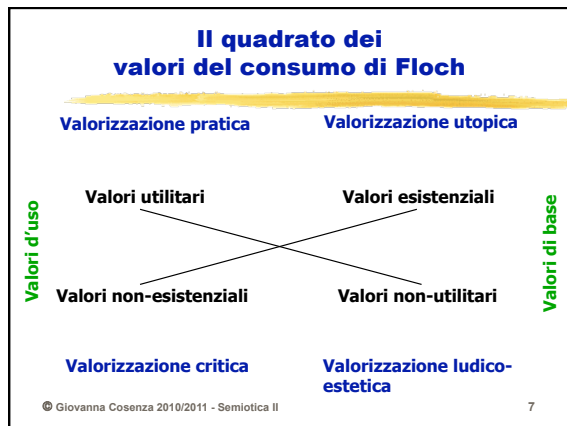
L'assiologia del consumo di Floch

Universo mitico

In Greimas è il luogo del **desiderio**, degli **oggetti di valore** proposti (impasti, ecc.) dal Destinante, dunque dei **valori più profondi** di un testo, delle sue opposizioni semantiche più profonde.

(Cfr. primo volume del *Dizionario*)

Per questo, è l'universo del **sogno**, dell'**immaginazione**, in cui **non** valgono le coordinate spazio-temporali della realtà materiale.



Come usare il quadrato di Floch

Mai in maniera rigida...

Occorre prevedere che, a seconda dei testi, i diversi valori **possono intrattenere fra loro relazioni diverse**.

Ogni testo stabilisce le proprie opposizioni e gerarchie di valore.

© Giovanna Cosenza 2010/2011 - Semiotica II 8

I quattro modi di fare pubblicità di Floch

Opposizione fondamentale

- **Funzione di rappresentazione del linguaggio** = il linguaggio cerca di adeguarsi alla realtà, di rispecchiarla.
- **Funzione costruttiva del linguaggio** = il linguaggio in parte rispecchia la realtà, in parte **la costruisce, selezionando** i punti di vista da cui guardarla e i significati da attribuirle o **inventando** mondi narrativi, oggetti, stati di cose, personaggi, eventi.

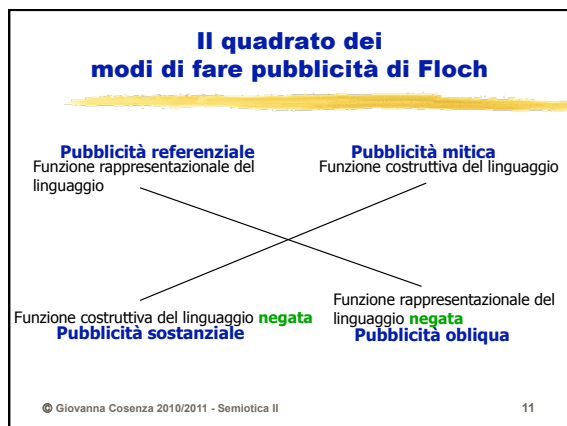
© Giovanna Cosenza 2010/2011 - Semiotica II 9

La funzione costruttiva del linguaggio

Ogni linguaggio si porta dietro uno **stile di pensiero** e una **visione del mondo**.

Per comprendere la funzione costruttiva del linguaggio, si pensi ai diversi **gerghi di settore**: un **avvocato**, un **medico**, un **commercialista** parlano dello stesso individuo in modi completamente diversi e, così facendo, ne selezionano caratteristiche diverse al punto che sembra parlino di persone diverse.

© Giovanna Cosenza 2010/2011 - Semiotica II 10



Pittogrammi e mitogrammi

- Un testo visivo è **pittografico** se rappresenta oggetti, soggetti, eventi e stati del mondo così come sono e accadono nelle **dimensioni spazio-temporali della realtà**.
- La rappresentazione visiva **mitografica**, invece, rappresenta oggetti, soggetti, eventi e stati del mondo collocandoli in una **dimensione spazio-temporale irreal**, propria del **sogno**, dell'**immaginazione**.

© Giovanna Cosenza 2010/2011 - Semiotica II 12