

LA SEMIOTICA

Indice:

- **Introduzione**
- **Piano della dispensa**
- **Capire un testo narrativo**
 - [La semiotica generativa di Algirdas Greimas](#)
 - [I contributi di Vladimir Propp e di Claude Lévi-Strauss alla grammatica narrativa di Greimas](#)
 - [Quadrato semiotico](#)
 - [Percorso generativo del senso](#)
 - [Le fasi dello schema narrativo](#)
 - [I quadrati semiotici delle modalità](#)
 - [Tabella del percorso generativo del significato](#)
 - [La semiotica interpretativa di Umberto Eco](#)
 - [Il lettore modello di Eco](#)
 - [I mondi possibili](#)
 - (argomento correlato: [La nascita dei romanzi di Umberto Eco](#))
- **Capire una pubblicità**
 - [L'opera del semiotico-pubblicitario Jean-Marie Floch](#)
- **Capire un testo visivo**
 - [La semiotica plastica e la semiotica figurativa utilizzate per dare un senso alle immagini \(foto, quadri, stampa illustrata\)](#)
 - [La semiotica visiva](#)
 - [Analisi Plastica](#)

Questa dispensa sulla semiotica è dedicata a coloro che si avvicinano a tale materia per la prima volta ed hanno la curiosità di sapere cos'è e di cosa si occupa. Chi la legge ha la possibilità di capire la struttura ed i personaggi di una qualsiasi storia (cinematografica, televisiva o letteraria), di riuscire a non farsi ingannare più di tanto dalle numerose pubblicità con cui ci bombardano e di arrivare persino a guardare un quadro astratto senza che la mancata comprensione del suo significato lo faccia sentire, con disagio, completamente ignorante.

Introduzione

Secondo il dizionario (*l'Universale, Garzanti Libri SpA*) la **semiotica** o **semiologia** è lo studio della natura dei *segni* (nella semiotica avanzata si parlerà di *testi*), della loro produzione, trasmissione e interpretazione. Padri della semiotica si considerano F. de Saussure (linguista francese, che coniò il termine di *semiologia*) e C.S. Peirce (filosofo statunitense, che parlava invece di *semiotics*), i quali hanno posto le basi teoriche per una elaborazione della disciplina come teoria della cultura, applicabile non solo alla letteratura ed alle arti, ma anche a campi quali la moda, i mass media, la forma dei prodotti commerciali, etc...

Successivamente la semiotica riceverà grandi contributi dalla scuola linguistica slava, che si riuniva originariamente intorno al circolo di Praga. Essa diede vita ad un filone proprio della semiotica, che riuniva posizioni anche molto differenti tra di loro.

Solo con Umberto Eco la semiotica ha conosciuto un tentativo di sintesi dei vari contributi, arrivando alla definizione di una disciplina uniforme.

Possiamo quindi dire, molto semplicemente, che la semiotica studia il significato dei testi, qualunque essi siano, anche quando si tratta di meri oggetti, come per esempio un detersivo (la forma, il colore, etc...), un disegno, una costruzione architettonica, ma con un'applicazione pratica chiaramente più a favore di testi complessi (libri, programmi televisivi, fiction, etc...).

Secondo il linguista francese [De Saussure](#) la semiologia studia gli elementi minimi della comunicazione, cioè i segni, per capire l'attribuzione di significato ai messaggi.

Per De Saussure la lingua è un sistema di segni distinti corrispondenti a delle idee distinte.

Il *Significato* (o *Concetto*) si unisce al *Significante* (o *Immagine acustica*) per dare vita al *Segno*. Questi elementi hanno un legame *arbitrario* perché basato su convenzioni.

La lingua è una catena lineare. Il *Sintagma* è la combinazione di due o più elementi consecutivi all'interno della catena di parole. Ciascun termine del sintagma ha valore perché è opposto ai termini precedenti e seguenti della catena. La lingua è perciò un sistema di segni che si influenzano reciprocamente.

Secondo il filosofo americano [Peirce](#) il segno trasforma un oggetto concreto in un'immagine astratta. Nella semiotica di Peirce, quindi, non è importante solo il rapporto tra significato e significante, ma anche che esista qualcuno a cui comunicare questa trasformazione, cioè l'interprete (anzi l'*interpretante* come lo chiama Peirce), che è il destinatario del messaggio. Tuttavia questi è un segno a sua volta, che altri dovranno come tale interpretare, per cui in definitiva la comunicazione non è altro che una catena di interpretanti.

Piano della dispensa

Analizzeremo in particolare la semiotica:

- **generativa** di Algirdas Greimas ed **interpretativa** di [Umberto Eco](#), che sono particolarmente interessanti perché ci insegnano a "leggere" il significato di testi aventi una struttura narrativa (film, romanzi, storie, trame, etc...), dei quali si capirà come siano tutti riconducibili ad uno standard comune;
- **pubblicitaria** di Jean-Marie Floch, con la conoscenza della quale guarderemo gli spot con un altro spirito, molto più chiarificatore circa le intenzioni del comunicatore pubblicitario;
- **visiva**, che ci farà comprendere il senso dei testi visivi (disegni, foto, quadri, etc...) e ci aiuterà ad avvicinare e ad interpretare i vari tipi di immagine, come per esempio i quadri astratti.

La semiotica generativa di Algirdas Greimas

I contributi di [Vladimir Propp](#) e di [Claude Lévi-Strauss](#) alla grammatica narrativa di Greimas

Propp ha studiato numerose fiabe russe di magia arrivando alla conclusione che esistevano delle uniformità nelle loro storie.

Esistevano due livelli:

- superficiale, con:
 - azioni;
 - personaggi;
- profondo, composto da:
 - 31 funzioni narrative;
 - 7 sfere d'azione:
 - eroe;
 - antagonista;
 - donatore;
 - aiutante;
 - principessa o Re;
 - mandante;
 - falso eroe.

Le fiabe partono tutte da una *manca* e si evolvono attraverso *movimenti*, non sempre lineari, ma molto spesso particolarmente intrecciati.

Greimas rielabora il modello proppiano per renderlo più generalizzato, cioè adatto a descrivere anche a storie diverse dalle fiabe di magia.

Le 31 funzioni narrative sono raggruppate in 5 gruppi:

1. Contratto;
2. Scontro;
3. Comunicazione;
4. Presenza;
5. Spostamento.

Le 7 sfere d'azione diventano il *modello attanziale*:

(asse contrattuale - istanza di destinazione)



(asse di realizzazione - soggetto che agisce per ricongiungersi ad un oggetto)

L'attante Oggetto può essere concreto o astratto (pace, libertà, amore, oppure tutto quello che ha valore per il soggetto).

Gli attanti Soggetto e Destinatario non sono personaggi, ma ruoli narrativi e pertanto interpretabili anche dallo stesso personaggio.

La mancanza di Propp diventa uno *stato di disgiunzione* (v. sotto), mentre i movimenti diventano 3 prove, tutte caratterizzate dal susseguirsi di (v. sopra) Contratto, Scontro (trasformazione) e Comunicazione (ratifica dei risultati):

- prova *Qualificante* (in cui il Soggetto si dota di quello che gli serve per la prova Principale);
- prova *Principale* ;
- prova *Glorificante* .

Il nuovo modello semiotico di Greimas per le fiabe, chiamato *modello narrativo canonico* , si presenta pertanto così:

rottura dell'ordine → Prove → reintegrazione e restaurazione dell'ordine

Successivamente Greimas raffina ulteriormente il suo modello tenendo conto di due suggerimenti provenienti dall'opera di Claude Lèvi-Strauss:

- non è importante solo il *piano astratto* del testo, ma anche quello *concreto*, perché le figure di superficie servono a capire i livelli più astratti (tramite affermazioni/negazioni);
- non bisogna considerare solo la dimensione *sintattica* , ma anche quella *semantica* (cioè il significato), attraverso affermazioni/negazioni ed il *quadrato semiotico* .

Quadrato semiotico



Il quadrato semiotico si legge così (ma non prendete quanto dirò per il discorso di un esperto): presi due termini A e B (p.es. vita e morte, natura e cultura, etc...) esistono diversi rapporti che li definiscono, il primo è tra gli stessi termini ed è di **contrarietà** , il secondo è tra A e NON A e si chiama di **contraddizione positiva** e tra B e NON B, che è di **contraddizione negativa** , poi abbiamo il rapporto tra NON A e NON B, che prende il nome di **sub-contrario** ed infine tra A e NON B, nonché tra B e NON A, che è un rapporto **complementare** (in particolare una deissi positiva la prima complementarietà, deissi negativa l'altra).

Vediamo ora il percorso generativo di Greimas partendo dalla sua grammatica narrativa.

Percorso generativo del senso

La grammatica narrativa di Greimas prevede un **Programma Narrativo**, che è quello che un soggetto intende fare, da immaginare come una successione di:

- *stati*, ovvero una congiunzione o disgiunzione tra Soggetti ed Oggetto (scopo), definiti graficamente $S \cap O$ per lo stato di congiunzione e $S \cup O$ per lo stato di disgiunzione;
- *trasformazioni*, ovvero i passaggi da congiunzione a disgiunzione o viceversa, in simboli:

$$(S \cap O) \rightarrow (S \cup O)$$

$$(S \cup O) \rightarrow (S \cap O)$$

Esistono Programmi Narrativi *d'uso* e Programmi Narrativi *principali*.

I momenti trasformativi sono chiamati *performanze* e c'è il *Soggetto di Stato* (per gli Stati) ed il *Soggetto operatore* (per le Performanze).

La relazione tra il Soggetto ed il proprio operato è l' *enunciato di fare*. Quindi da una situazione di partenza di Stato di disgiunzione ($S \cup O$) la narrazione si evolve in una performance, che costituisce pertanto la mancanza di Propp.

Nelle narrazioni c'è spesso una *struttura polemica*, in cui i ruoli sono contrapposti:

("buoni")	("cattivi")
Programma Narrativo	Anti-Programma Narrativo
Soggetto (1)	Anti-Soggetto (Soggetto 2)
Soggetto 1 - Congiunzione	Soggetto 2 - Disgiunzione
Soggetto 1 - Disgiunzione	Soggetto 2 - Congiunzione
Destinante	Anti-Destinante
Aiutante	Oppositore

Gli Oggetti circolano tra i vari attanti secondo queste modalità:

- Riflessive:
 - appropriazione;
 - rinuncia;
- Transitive:
 - attribuzione;
 - spoliazione.

Si ha *comunicazione partecipativa* nei casi in cui l'Oggetto è immateriale e pertanto circola senza che qualcuno se ne privi.

L' *Oggetto di Valore*, detto Ov, è definibile come "il" luogo "nel quale il Soggetto investe dei valori" e può modificarsi di continuo a seconda del contesto. C'è pertanto rispetto all'Oggetto una

assiologizzazione , dove per assiologizzare s'intende "investire di valore" in base alla categoria semantica, per es. in base alla *timica* (*foria* , umore, disposizione affettiva) avremo:

- eu-foria (attrazione);
- dis-foria (repulsione);
- a-foria (neutralità).

Le fasi dello schema narrativo

Sono 4 le fasi o i momenti che secondo Greimas sono presenti e da riconoscere in qualsiasi schema narrativo canonico:

- **Manipolazione** (funzione contrattuale)
il Destinante convince il Soggetto di far fare un Programma Narrativo e lo fa in quattro modi diversi:
 - con una *promessa* ;
 - con una *minaccia* ;
 - con la *seduzione* (visto che sei bravo, perché non fai...);
 - con la *provocazione* (non sarai mai capace di fare...).
- **Competenza** (prova qualificante)
il Soggetto si dota dell'equipaggiamento modale:
 - volere;
 - dovere;
 - sapere;
 - potere;
 in cui il *voler fare* e il *dover fare* costituiscono le modalità virtualizzanti, mentre il *saper fare* ed il *poter fare* sono le modalità attualizzanti;
le modalità possono essere fra loro incompatibili o possono essere lo stesso Ov (Oggetto di Valore) del Programma Narrativo, principale o d'uso.
- **Performance** (prova principale)
è l'azione del Soggetto ed è la fase trasformativa per eccellenza, cioè il *far essere* (modalità realizzante).
- **Sanzione** (prova glorificante)
il Destinante ratifica e giudica se l'operato del Soggetto è conforme al contratto iniziale (modalità essere dell'essere).

I valori modali sono pertanto i seguenti:

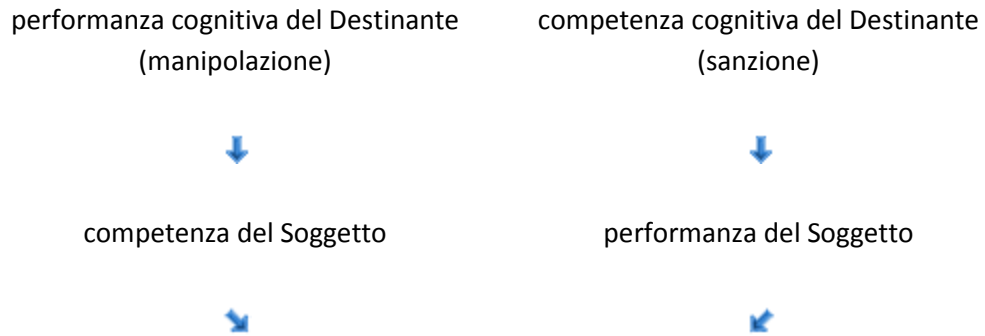
- *Volere*;
- *Dovere*;
- *Sapere*;
- *Potere*.

Mentre i modi di esistenza semiotica sono:

<i>virtuale</i> →→→→→→→→ il Soggetto è stato manipolato dal Destinante voler fare o	<i>attualizzante</i> →→→→→ → il Soggetto si dota del saper fare e	<i>realizzante</i> Il Soggetto agisce far essere
--	---	--

dover fare	poter fare	
COMPETENZA		PERFORMANZA

L'atto pragmatico della schema narrativo canonico è quindi la risultante del seguente processo:



ATTO PRAGMATICO

In sintesi, ecco le componenti modali dello schema narrativo canonico:

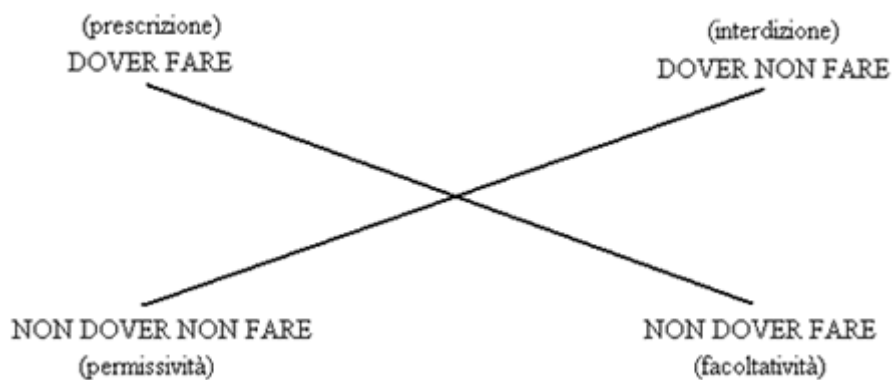
manipolazione	competenza	performance	sanzione
far fare far sapere far volere	essere del fare dover fare voler fare poter fare saper fare	far essere	essere dell'essere sapere
- persuasione -			- interpretazione -

I quadrati semiotici delle modalità

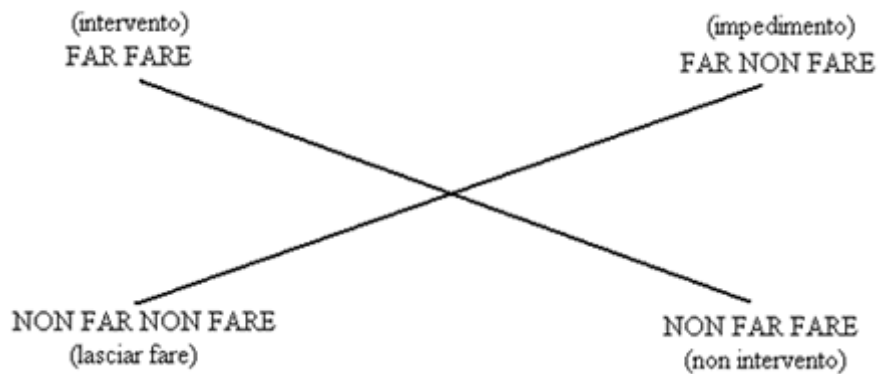
- del *poter fare* , che prende il nome di **codice d'onore** ;



- del *dover fare* ;



- del *far fare* , anche detto della "manipolazione";



- della sanzione o *essere dell'essere* , che prende il nome di quadrato della **veridizione** .

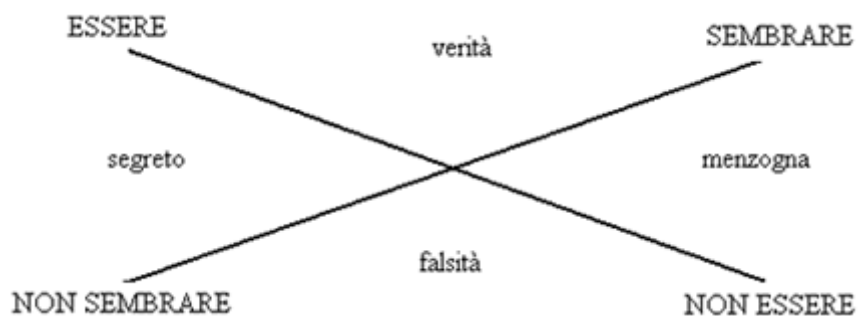


Tabella del percorso generativo del significato

		Componente sintattica	Componente semantica
Strutture semio-narrative	livello profondo	operazioni sul quadrato affermazione/negazione	Quadrato semiotico
	livello superficiale	sintassi antropomorfa: attanti, modalità, programma narrativo (schema narrativo canonico)	Valori investiti in Ov (nell'Oggetto di Valore)
Strutture discorsive		istanza dell'enunciazione (io-qui-ora) dèbrayages - embrayages	
		<ul style="list-style-type: none"> • attorializzazione • temporalizzazione • spazializzazione • osservazione • focalizzazione • aspettualizzazione <ul style="list-style-type: none"> ○ attoriale ○ temporale ○ spazione 	<ul style="list-style-type: none"> • temi • figure • punti di vista <ul style="list-style-type: none"> ○ ottico-prospettica ○ cognitiva ○ valutativa

Gli elementi della struttura semio-narrativa sono quelli appena visti.

Il passaggio dal livello profondo al livello superficiale della struttura semio-narrativa è detto di *conversione* ed il percorso è "generativo" perché appunto ad ogni livello profondo corrisponde logicamente un livello più superficiale.

Andiamo a vedere gli elementi della struttura discorsiva di una qualsiasi storia.

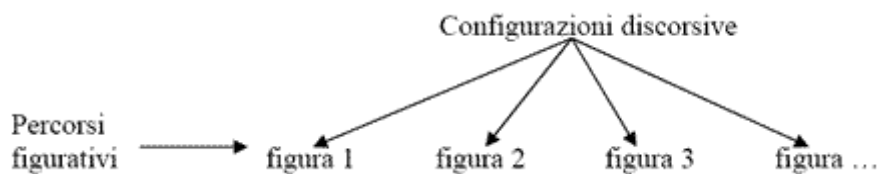
Innanzitutto, il passaggio dalla struttura semio-narrativa a quella discorsiva è detto di *convocazione*, perché sono convocate le capacità astratte dell'autore.

Riguardo l'istanza di enunciazione, è da rilevare che con essa si forma un *contratto enunciazione*.

La struttura dell'enunciazione può essere rappresentata così:



Passando alla componente semantica (sempre della struttura discorsiva) abbiamo i *temi*, che sono articolati in **configurazioni discorsive**, a cui corrispondono tanti **percorsi figurativi**.



Nell'organizzazione semantica sono importanti i *semi*, che sono "unità di significato".

I semi possono essere:

- astratti (temi);
- figurativi;
- timico-passionali (esperienza affettiva).

I *lessemi* invece sono "unità manifestate della lingua italiana".

In ogni lessema ci sono:

- *figura nucleare* (figura), ovvero un nucleo stabile;
- *base classematica* (tema), ovvero una categoria più generale e astratta.

Temi e figure sono spesso coincidenti e indistinguibili, ma conviene mantenere la loro ripartizione, perché il livello figurativo veicola significati astratti (temi) non evidenti.

L' *isotopia* è una "ridondanza di semi astratti e concreti lungo tutto il testo", cioè un "filo rosso semantico".

Le isotopie sono:

- tematiche;
- figurative.

Le isotopie di un testo si intrecciano variabilmente, creando barzellette, ironia, sorpresa, stupore, colpi di scena, etc...

Il *connettore di isotopia* è una figura o tema che fa da punto d'incontro tra due o più isotopie.

Abbiamo poi i *punti di vista* dell' **osservatore** del racconto.

L'osservatore è un personaggio o un'istanza personale il cui punto di vista orienta la prospettiva narrativa. E' dunque un soggetto cognitivo incaricato dall'enunciatore di esercitare un fare ricettivo ed eventualmente interpretativo.

Egli è diverso dal narratore ed è difficile da cogliere, anche perché cambia ripetutamente.

Il punto di vista ha 3 funzioni:

- percettiva (o meglio ottico-prospettica);
- valutativa (che esprime opinioni);
- cognitiva (che distribuisce saperi).

Per quanto riguarda, invece, la sintassi della struttura discorsiva, una mappa concettuale potrebbe essere la seguente:



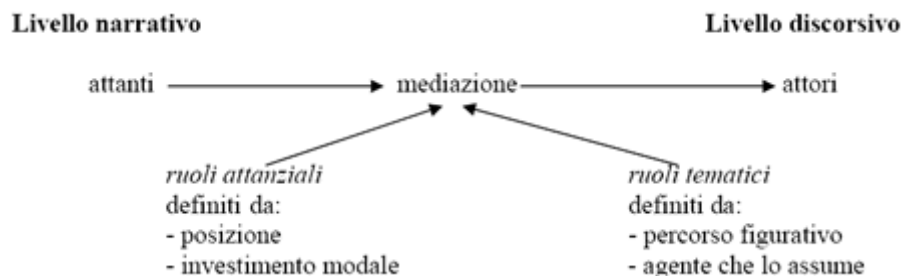
L' *attore* è un personaggio che riveste:

- ruoli attanziali (a livello narrativo);
- ruoli tematici (a livello discorsivo).

Per esempio il protagonista del celebre serial televisivo "Lost" ha un nome proprio, è un medico (ruolo tematico), ha avuto problemi con il padre (caratterizzazione figurativa) ed ignora i misteri dell'isola in cui è naufragato (ruolo attanziale, ovvero Soggetto, non sapere).

L'attore ha quindi una sua *identità*, ma spesso è proprio questa materia d'intreccio (vedi sopra il quadrato della veridizione).

Le *figure* del testo (i non attori) possono avere nel contesto un *processo di attorializzazione* (cioè possono diventare attori), mentre gli attori possono essere anche parti del corpo (per es. le "calde labbra" dei romanzi rosa o la "mano che impugnava l'arma" dei gialli).



La *focalizzazione* è una *dèbrayages* che installa l'osservatore e dal quale si distingue specificamente un attore o una sequenza narrativa entro uno spazio-tempo.

L' *aspettualizzazione* riguarda:

- attori;
- tempi;
- luoghi.

Questi, in rapporto all'osservazione, sono colti nella fase in cui il processo si svolge e quindi non c'è più l'antecedente, il concomitante ed il posteriore, bensì la *permanenza* , il *discontinuo* , la *direzione* , etc...

La semiotica interpretativa di Umberto Eco

Il lettore modello di Eco

Umberto Eco distingue la semiotica in:

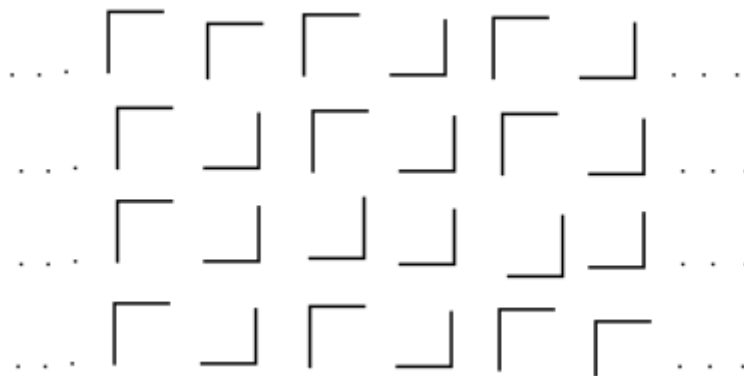
- semiotica generale (filosofica);
- semiotica applicata (metodologica-operativa).

La semiotica di Eco si rifà manifestamente a quella di Peirce, per il quale oltre il Segno è importante l'*interpretante* (non l'interprete), cioè un altro Segno che spiega il primo. E' attraverso la successione dei segni che il mondo acquista significato (**semiosi illimitata**).

Per Segno s'intende qualsiasi "oggetto" interpretabile, per cui il Segno viene a coincidere con il Testo.

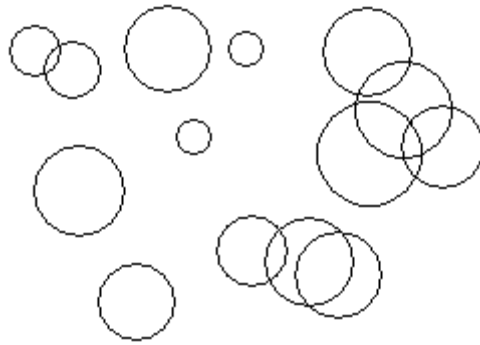
La semiosi illimitata funziona mediante la teoria dell' *enciclopedia* di Eco: quando interpretiamo qualcosa attiviamo virtualmente tutta la nostra cultura inerente quel qualcosa.

Enciclopedia di Umberto Eco:

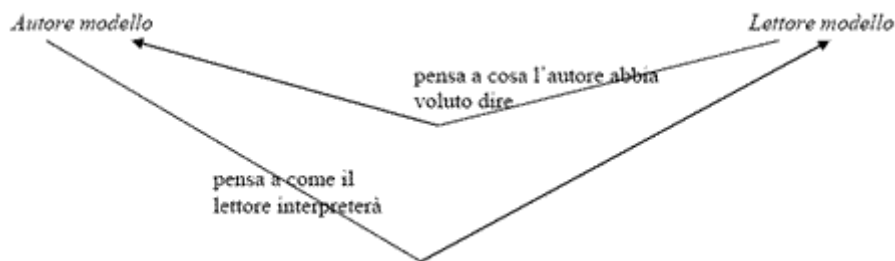


Quindi l'enciclopedia di Eco è un *reticolo di testi* , diversamente dalla teoria di Lotman, che parla di *semiosfera di testi* , ossia di un processo per il quale i testi entrano in relazione fra loro e si riorganizzano come essere viventi.

Semiosfera di Lotman:



Per Eco il testo richiede la negoziazione e cooperazione tra autore e lettore:



I mondi possibili

Umberto Eco parla di *Topic* per indicare l'argomento di cui si parla, il quale è quindi una versione pragmatica dell'isotopia.

Infatti, per Eco non c'è un modello generativo del testo come quello di Greimas, ma una *semantica liberale*, che usa il linguaggio naturale per dare significato ai testi in fase di lettura/interpretazione.

I testi possono essere:

- *chiusi*, cioè interpretabili in un solo modo, ma aperti all'uso personalizzato;
- *aperti*, cioè suscettibili di più letture;

ed anche:

- d' *uso*, per i quali esiste un modo strumentale e personale di interpretare il testo;
- d' *interpretazione*, in cui c'è il rispetto del testo.

Inoltre, nel testo ci sono gli elementi *s-necessari*, ovvero *strutturalmente necessari*, che definiscono gli individui del testo senza contraddire le proprietà essenziali dei personaggi.

Il lettore nell'interpretazione del testo azzarda tanti sviluppi del racconto, corrispondenti a tanti *mondi possibili*, cioè accessibili.

Solo alla fine si saprà la "verità" del mondo finzionale, ma a volte neanche allora, come nei casi di:

- *fabule aperte* (un esempio è il romanzo "Colorado Kid" di Stephen King);
- *mondi in contraddizione*.

Riguardo i mondi più o meno accessibili, una distinzione di Eco è fra:

- intenzione dell'autore;

- intenzione del lettore;
- intenzione dell'opera.

I limiti dell'interpretazione sono:

- il senso letterale del testo;
- il senso comune;
- la coerenza del testo (che porta al rigetto delle ipotesi avventate).

Argomenti correlati: [La nascita dei romanzi di Umberto Eco](#)

La semiotica pubblicitaria: capire una pubblicità

L'opera del semiotico-pubblicitario Jean-Marie Floch

Il quadrato semiotico dei comportamenti di consumo

Floch, che oltre ad essere un semiotico era anche un pubblicitario professionista, utilizza il quadrato semiotico per descrivere il comportamento dei consumatori, i quali ricadono necessariamente in una o più delle valorizzazioni comportamentali espresse dal quadrato.

L'opposizione del quadrato, che si riferisce come esempio all'acquisto di un'automobile, è: *valori di base/valori d'uso*.



In questo modello la valorizzazione pratica corrisponde ai valori d'uso contrari ai valori di base (comfort e affidabilità dell'auto). La valorizzazione utopica corrisponde ai valori di base contrari ai valori d'uso (identità ed avventura). La valorizzazione ludico-estetica è la negazione dei valori "utilitari", d'uso (lusso e gratuità). Infine, la valorizzazione critica è la negazione dei valori "esistenziali", di base (rapporti qualità/prezzo e costi/benefici).

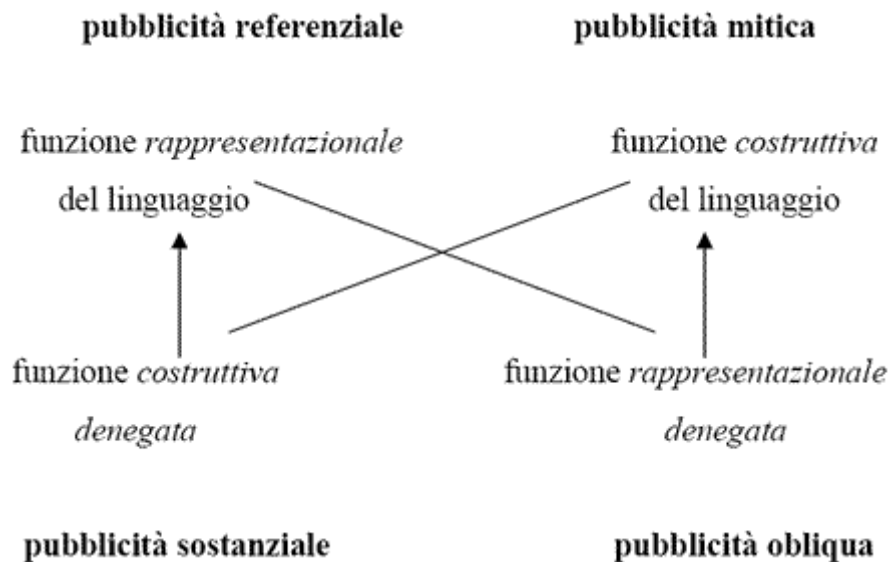
Il quadrato semiotico dei 4 modi di fare pubblicità

Abbiamo visto qual è il comportamento dei consumatori, ma le imprese che tipo di pubblicità comunicano?

Esistono per Floch quattro modi di fare pubblicità.

Stavolta il quadrato semiotico ha come opposizione di base quella tra *funzione di rappresentazione* e *funzione costruttiva* del linguaggio.

Esso si configura pertanto così:



I quattro modi di fare pubblicità sono quindi i seguenti:

- pubblicità *referenziale*, quando il testo è adeguato alla realtà;
- pubblicità *obliqua*, quando si sfruttano le strategie del paradosso e dell'ironia, che vanno contro l'opinione comune;
- pubblicità *mitica*, nei casi in cui c'è un "rivestimento" di sogno del prodotto;
- pubblicità *sostanziale*, quando esiste un "iperrealismo" del prodotto, del quale si selezionano ed enfatizzano alcune caratteristiche individuanti.

I modi di testualizzazione ed il *bricolage*

Floch non ritiene valida, come Eco, la distinzione tra semiotica "teorica" ed "applicata"; interessante, sotto questo punto di vista, la distinzione di Floch tra due modi di testualizzazione:

- *pittografico*
con il quale è rispettata la linearità dei linguaggi e le figure sono collocate in successione secondo le fasi dell'azione;
- *mitografico*
nel mitogramma c'è uno spazio grafico multidimensionale e le figure sono poste non linearmente, ma su più dimensioni.

La mitografia si collega al *bricolage*, perché secondo Floch il semiotico è sempre un *bricoleur*. Infatti, esistono due modi di fare:

- avvalersi di strumenti appropriati;
- "adattare" di volta in volta pezzi precostituiti e disponibili alla funzione da svolgere ed in semiotica il *bricolage* è appunto questa convocazione nel discorso delle *forme culturali depositate*.

In pubblicità, in particolare, l'identificazione di un prodotto si afferma spesso *bricolando* forme preesistenti e veicolando quindi i termini dell'opposizione (contrasto) da altri prodotti (testi). Quante volte la pubblicità televisiva di un prodotto riprende palesemente a suo vantaggio gli argomenti di prodotti concorrenti, per mettersi in contrasto con questi e decantare altre e diverse presunte virtù dello stesso bene o servizio venduto?

La semiotica visiva: capire un testo visivo

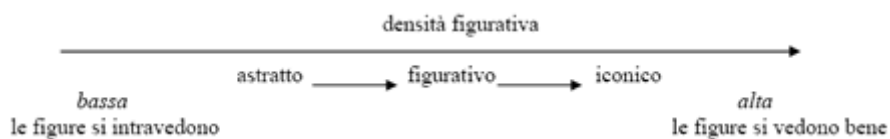
La semiotica plastica e la semiotica figurativa utilizzate per dare un senso alle immagini (foto, quadri, stampa illustrata)

La semiotica visiva

La grande e principale distinzione della semiotica visiva è tra:

- **Piano figurativo** (ovvero le figure del mondo naturale);
- **Piano plastico** (per es.i quadri astratti sono piani plastici); esso è un'organizzazione di:
 - linee (*eidetica*);
 - spazio (*topologia*);
 - colori (*cromatica*);riconoscibili (linee, spazi e colori) dai seguenti elementi caratteristici:
 - * periferico/centrale;
 - * alto/basso;
 - * destra/sinistra;
 - * colore saturo/colore insaturo;
 - * davanti/dietro;
 - * chiusura del testo (cioè la delimitazione dello spazio di rappresentazione).

Figurativo e Plastico non sono sempre ben distinti, perché esiste un'intera gamma di *densità figurativa*:



Alla luce di ciò, i *formanti* dei testi visivi sono:

- Figurativi - tratti che fanno riconoscere le figure;
- Plastici - elementi *eidetici*, *topologici* o *cromatici* potenzialmente significativi.

Pertanto, esistono 3 tipi di testi visivi:

- *astratti* , per i quali è possibile solo l'analisi plastica;
- con qualche *densità figurativa* (formanti plastici e figurativi);
- *iconici* , cioè testi figurativi con effetti di realtà o di verità.

In particolare il *linguaggio artistico* ha il suo meccanismo principale nella *metafora*, che, come scrive Lotman, è una "tensione semantica" tra lingua dell'arte e lingua parlata.

Per quanto riguarda la semiotica figurativa, in questa sede è sufficiente dire che le figure "non parlano da sole", perché il testo visivo figurativo produce comunque un effetto di realtà che va interpretato. I testi figurativi hanno quindi un significato semi-simbolico da ricercare ed interpretare.

Inoltre, difficilmente i testi da analizzare sono solo visivi, molto più spesso essi sono *sincretici*, ovvero caratterizzati dalla compresenza di diversi linguaggi, per es. ci sono testi verbo-visivi (visivi e verbali insieme, come la pubblicità).

Analisi Plastica

Il formante Plastico acquista significato in due modi:

- **simbolicamente**
c'è una *convenzione* che lega il formante all'*unità culturale* (per es. oro= sacro, rosso=passione, nero=morte);
- **semi-simbolico**
il rapporto è tra una *categoria del testo espressivo* ed una *categoria del contenuto*, visibile attraverso il contrasto (i termini opposti) dei tratti *eidetici, topologici o cromatici* (per es. alto/basso=sacro/profano).

In altre parole guardando per es. un quadro astratto si può attribuirgli un significato:

- o traendolo da elementi del disegno ai quali corrispondono per convenzione significati culturali (*simbolico*);
- o ricercando elementi opposti nel quadro riguardanti le linee (eidetici), lo spazio (topologici) o i colori (cromatici), come p.es. centrali e periferici, lunghi e corti, alti e bassi, etc..., e facendo corrispondere ad essi certi significati culturali (*semi-simbolico*).

Il semi-simbolismo pone però un problema peculiare. Infatti, rimane non determinato dove si deve fermare la ricerca (la *chiusura del testo*) per dare all'analisi di un testo anche il termine mancante (positivo o negativo che sia) dell'unica categoria espressa. Se ci si ferma e si chiude il testo alla categoria con un solo termine, non si fa più semi-simbolismo, ma puro simbolismo e si rischia di cadere nel simbolismo a buon mercato, spicciolo (del tipo bianco=purezza o dietro=lontananza). Allora bisogna allargare il contesto (*il corpus*) per cercare il contrasto semi-simbolico, sia pur all'interno di un *corpus* specificato o da specificare, che diverrà a sua volta un vero e proprio *testo*.

Esempi di testi "allargati" sono le analisi che non si limitano al quadro singolo, ma che tengono conto di altri quadri, della stessa corrente, o dello stesso periodo, o dello stesso autore (p.es. Dan Brown con il suo "Codice da Vinci" ci ha insegnato, nonostante le tante polemiche che ha suscitato, come alcune opere pittoriche di Leonardo assumono un altro e nuovo significato se viste "a sistema", cioè se considerate insieme).

Altri esempi sono le pubblicità televisive, che spesso assumono senso solo se si tiene conto delle precedenti della stessa marca o di quelle dei concorrenti sul mercato.