

Sottounità. S4

Disciplina : storia dell'arte

Docente : Francesca Venuto

Educazione visiva: analisi di alcuni procedimenti espressivi del linguaggio visivo e pubblicitario.

Prerequisiti

- Conoscenza dei principi fondamentali della comunicazione visiva (sistemi e processi comunicativi, elementi necessari al passaggio di informazione: emittente, ricevente, codice, canale, referente, contesto...).
- Conoscenza degli aspetti basilari del linguaggio visivo (uso della linea, del colore, della rappresentazione di spazio e movimento, ecc.).
- Capacità di “decodifica” di alcuni procedimenti visuali (equilibrio percettivo, semplicità, simmetria, procedimenti creativi e tecniche combinatorie).

Finalità

- proporre un percorso volto a focalizzare una forma di comunicazione, tipica dell'attuale civiltà occidentale, che, avvalendosi di particolari strategie strutturali e del rapporto immagine-parola, utilizza alcuni aspetti del processo percettivo e chiarisce i meccanismi utilizzati per attirare un determinato pubblico.
- Favorire un'attenzione consapevole al flusso di sollecitazioni visive cui ogni individuo viene sottoposto.

Obiettivi:

- Rendere consapevoli gli studenti della varietà dei modi di comunicare utilizzati in passato, connessi allo sviluppo dei più importanti linguaggi artistici, per trasmettere efficacemente dei concetti.
- Far prendere coscienza che il passaggio dell'informazione avveniva ed avviene attraverso codici, che devono essere condivisi perchè si formi il linguaggio. L'arte presenta i suoi linguaggi formalizzati attraverso l'utilizzo di talune modalità presenti in alcune culture, meno in altre (figure piatte o plastiche, naturalismo o astrazione, resa dello spazio tridimensionale, della prospettiva, ecc.).
- Evidenziare come il linguaggio formalizzato dell'arte e della comunicazione visiva talora ricalca ma non è la realtà: la riflessione sul loro rapporto mette in luce valori, limiti, potenzialità, ambiguità degli strumenti comunicativi adottati.
- Far prendere coscienza che dal momento che la comprensione dei valori espressi nel messaggio dipende dalla conoscenza dei codici utilizzati è di estrema importanza conoscere il contesto cui essi si riferiscono.

Metodologia didattica e schema della lezione

La lezione si svolge in un'ora: dopo una breve introduzione di raccordo ai fini generali del Progetto, si prevede una puntualizzazione sui nuclei fondanti della comunicazione visiva, sottolineando i caratteri su cui fa leva la pubblicità, ossia l'incentivo alla creatività ai fini del consumo.

Si presenteranno alcuni procedimenti utilizzati nella costruzione dell'immagine, unendo ambito verbale e visivo, al fine di rendere più persuasive ed efficaci certe forme di comunicazione (con ricorso a procedimenti retorici quali la metafora, la sineddoche, l'iperbole, ecc.) utilizzate per coinvolgere il pubblico nell'interpretazione del linguaggio e nella memorizzazione del prodotto.

Più linguaggi vengono ad integrarsi fra loro ai fini della costruzione di un'immagine **pregnante**, coinvolgendo chi osserva nell'attribuzione di significati, grazie all'uso di procedimenti quali l'eliminazione, l'adattamento, l'ingrandimento, lo spostamento, la trasformazione, la combinazione.

Dopo alcuni cenni sull'origine e sull'evoluzione della pubblicità, collegata alla produzione industriale e alla necessità di vendere prodotti secondo il gusto estetico del periodo in cui si situa l'operazione, si porrà attenzione ai mutamenti nello sviluppo storico della pubblicità: dal manifesto pittorico all'immagine fotografica sino al linguaggio multimediale e alla pubblicità con fini sociali o di informazione culturale.

Attraverso l'integrazione fra i diversi mezzi espressivi emerge uno specifico codice pubblicitario, che si affida a particolari metodi di comunicazione (che individua mezzi e strategie della persuasione in rapporto a caratteristiche del prodotto, destinatari, motivazioni psicologiche individuali e trasversali...) con il fine di orientare le scelte del consumatore e il suo stile di vita ma anche di ottenere pure immagini esteticamente valide, con il ricorso massiccio a citazioni tratte dal mondo artistico.

In base alle diverse finalità delle situazioni comunicative, volte a sollecitare comportamenti di consumo o di socializzazione, si potranno individuare e smontare tappe e tecniche di un processo che cattura l'attenzione in base all'alternanza di verità e fantasia, per favorire, con accostamenti inattesi, sorpresa e potenzialità immaginativa.

A fronte di questi processi di arricchimento intellettuale verranno suggeriti i pericoli nella limitazione nell'uso di codici espressivi di più immediata ricezione e la riduzione a modelli stereotipati, in un'omologazione di potenzialità comunicative e di valori e comportamenti dominanti.

Questi nuclei concettuali verranno focalizzati e sviluppati nel lavoro interattivo e/o di gruppo svolto dalla classe su alcuni messaggi significativi, presentati mediante una sequenza di diapositive nell'aula attrezzata (o di Storia dell'Arte o di Informatica).

Note per gli insegnanti

- Il percorso scelto si lega strettamente all'itinerario del Progetto e si sofferma sulla comunicazione di informazioni attraverso un linguaggio innovativo -suadente, creativo, in grado di stimolare la fantasia come pure di uniformare le reazioni del pubblico in una martellante ripetizione degli slogan che esercitano più forte presa sul pubblico- tipico delle elaborazioni e delle ricerche formali degli ultimi due secoli. Arma a doppio taglio, risente da un lato delle ricerche creative, linguistiche e formali, più avanguardistiche, dall'altro appiattisce l'apporto espressivo, iconico e verbale, in una corrispondenza costrittiva che induce solo al consumo, vero e figurato, del prodotto proposto.

- Attraverso l'analisi di alcuni documenti attinti alle esperienze della vita quotidiana e ad alcune proposte che favoriscono maggiormente la riflessione, si porranno in risalto i caratteri di questo specifico linguaggio,

rintracciandone l'innovazione e la contaminazione, come modalità espressive tipiche della manifestazioni del mondo contemporaneo.

- Il contenuto dell'intervento, **legato alla successiva analisi curricolare** delle più significative forme artistiche d'avanguardia, si basa sull'attinenza di questo filone dei "mass media" con le più avanzate ricerche espressive nei vari campi della comunicazione contemporanea.

- Il corredo iconografico proposto sarà d'aiuto nell'individuazione delle proposte creative ove sia raggiunto un efficace grado di interazione fra linguaggio iconico e verbale, sottolineando comunque potenzialità, ambiguità e limiti di entrambi sul piano della comunicazione e su quello della ricerca estetica.

ALLEGATI (in preparazione)

- Sequenza di diapositive come supporto iconografico

Riferimenti bibliografici:

L. LAZOTTI, *Arte – Percorsi*, Bulgarini, Firenze 1996.

E. TORNAGHI, *Il libro dell'arte – Introduzione al linguaggio dell'arte I*, Loescher, Milano 1999.

E. GRAZIOLI, *Arte e pubblicità*, Bruno Mondadori, Milano 2001.