

## **Semiotica**

*Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni*

<b>Anno accademico:</b>	2012/2013
<b>Ambito disciplinare:</b>	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo <a href="http://offweb.unipa.it">http://offweb.unipa.it</a>
<b>Codice:</b>	06412
<b>Articolazione in moduli:</b>	no
<b>Docente:</b>	<i>Semiotica:</i> Dario Mangano (Ricercatore)
<b>Settore scientifico disciplinare:</b>	M-FIL/05
<b>Cfu:</b>	9
<b>Ore riservate allo studio personale:</b>	165
<b>Ore riservate alle attiv. did. assistite:</b>	60
<b>Anno di corso:</b>	1
<b>Tipo di valutazione:</b>	Voto in trentesimi
<b>Calendario delle attività didattiche:</b>	<a href="#">cfr. il calendario delle lezioni</a>
<b>Organizzazione della didattica:</b>	Lezioni frontali
<b>Frequenza:</b>	Facoltativa
<b>Metodi di valutazione:</b>	Semiotica: esame orale
<b>Ricevimento:</b>	Dario Mangano: mercoledì, 10.30 - 13.30 - email: dario.mangano@unipa.it - telefono: 09123896310

### **Risultati di apprendimento attesi**

#### **Conoscenza e capacità di comprensione**

Conoscere e saper esporre criticamente le principali problematiche legate al dibattito in corso nelle scienze umane a proposito delle teorie inerenti il funzionamento dei processi di costruzione del senso. In particolare saranno trattati: i fondamenti della semiotica strutturale (dal segno ai linguaggi, dal codice al testo) e della sociosemiotica (discorsività, traduzione fra linguaggi e fra media).

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Capacità di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi (dal giornalismo, alla comunicazione pubblicitaria, dalle organizzazioni spaziali alla visualità). Saranno inoltre forniti gli strumenti teorici che consentono di sviluppare nuovi prodotti di comunicazione avendo ben presenti gli aspetti strategici che li caratterizzano.

#### **Autonomia di giudizio**

Riconoscere, comprendere e controllare i meccanismi di produzione del senso legati ad un ampio numero di forme di testualità.

#### **Abilità comunicative**

Capacità di illustrare con proprietà di linguaggio e precisione scientifica le problematiche relative agli aspetti semiotici della comunicazione in diversi ambiti anche ad un pubblico di non esperti.

#### **Capacità di apprendimento**

Capacità di aggiornarsi orientandosi all'interno del panorama delle pubblicazioni scientifiche proprie del settore. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, master di secondo

livello, corsi d'approfondimento e seminari specialistici nel settore della comunicazione.

## **Obiettivi formativi**

### *Semiotica*

**Titolo del corso:** *Dal significato al senso. Teorie, metodi e applicazioni della semiotica generativa.*

Il corso offrirà una panoramica dei principali modelli e categorie d'analisi semiotica utili per la spiegazione e la comprensione di diversi fenomeni di comunicazione con particolare riferimento alla comunicazione giornalistica, a quella di marca e al design. In particolare, riguardo alla prima, verrà proposto un approccio semiotico a questioni fondamentali quali: effetto di realtà e obiettività intesi come effetti di senso; ruoli comunicativi e loro meccanismi di generazione, costruzioni di soggetti virtuali della comunicazione (opinione pubblica) etc. Per quanto concerne la seconda, partendo dalla idea della marca come forma discorsiva, si mostrerà (i) la molteplicità di manifestazioni testuali che tale discorso può assumere, (ii) la base narrativa unitaria sottostante a questo stesso discorso, (iii) le modalità narrative di presentazione e gestione del discorso di marca. Attraverso l'applicazione al design, infine, si porterà avanti una riflessione sui processi semiotici che sono implicati nell'interazione con gli oggetti quotidiani mostrando come la semiotica possa essere utilizzata come uno strumento chiave per una progettazione strategica.

### **Lezioni frontali**

#### **Ore:     Argomenti:**

- |    |  |
|----|--|
| 1  | Obiettivi della disciplina e sua suddivisione.   |
| 29 | Fondamenti di semiotica<br>Dalla linguistica strutturale alla semiotica generativa (Saussure, Hjelmslev, Propp, Lévi-Strauss, Barthes, Greimas...): langue/parole; valore linguistico: sintagma e paradigma; espressione/contenuto, forma/sostanza; significazione/senso; somiglianza/differenze fra linguaggi; dal segno al testo; quadrato semiotico; narrazione/narratività; discorso/enunciazione; tematico/figurativo; ragioni/passioni; visualità/estesia. |
| 10 | Basi di sociosemiotica<br>Differenze e contaminazioni fra discorsi sociali: moda, televisione, giornalismo, pubblicità, politica, spazialità. Competenze metodologiche per orientarsi nella comprensione e nell'analisi della significazione sociale.  |
| 10 | La questione della marca<br>Marca moderna e postmoderna. Dal mondo possibile al discorso di marca. Percorso definitorio della marca. Livelli d'analisi della marca: tematico, narrativo, discorsivo, testuale. L'identità estetica. L'estesia.   |
| 10 | La semiotica come strumento progettuale: verso una semiotica del design<br>Basi di analisi semiotica degli artefatti. Strategie progettuali e comunicative. Generi progettuali e strategie. La traduzione intersemiotica.  |

### **Testi consigliati:**

- P. Fabbri, D. Mangano, La competenza semiotica, Carocci (uscita prevista 15 novembre)
- F. Marsciani, Minima semiotica, Mimesis (uscita prevista 31 ottobre)
- G. Marrone, Introduzione alla semiotica del testo, Laterza
- D. Mangano, Semiotica e design, Carocci