SEMIOTICA

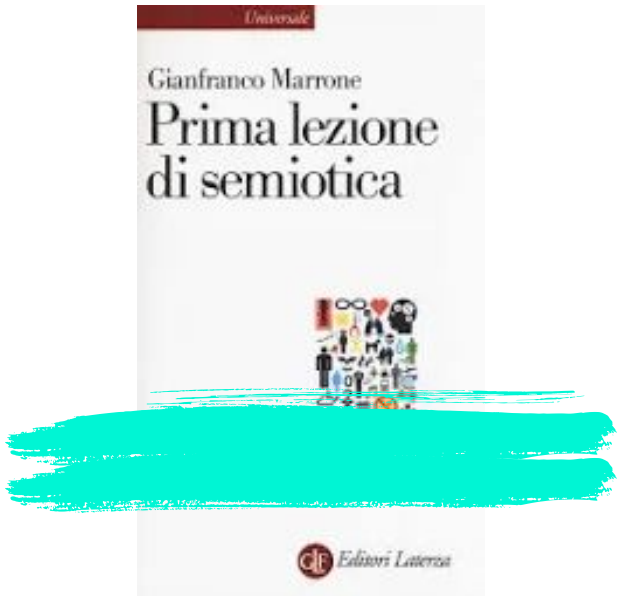
Prima lezione di semiotica

Prof. GIORGIO CIPOLLETTA

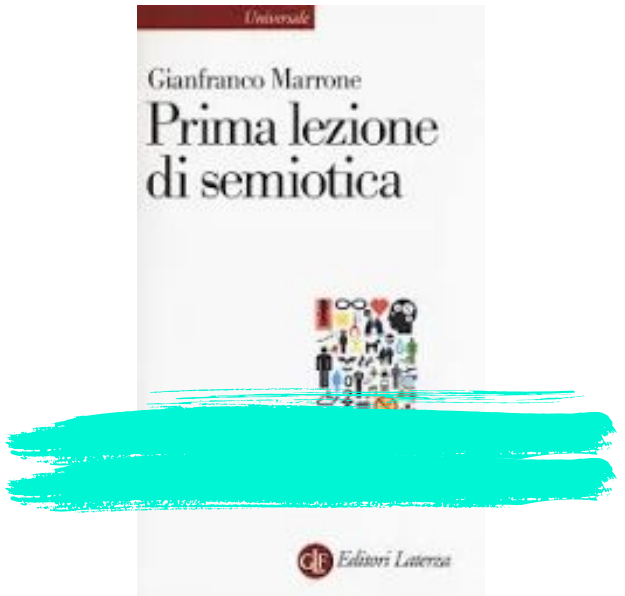
TESTI ADOTTATI

TESTI ADOTTATI (8 CFU - NON FREQUENTANTI + UNO A SCELTA TRA I CONSIGLIATI)

TESTI CONSIGLIATI (6 CFU - FREQUENTANTI)

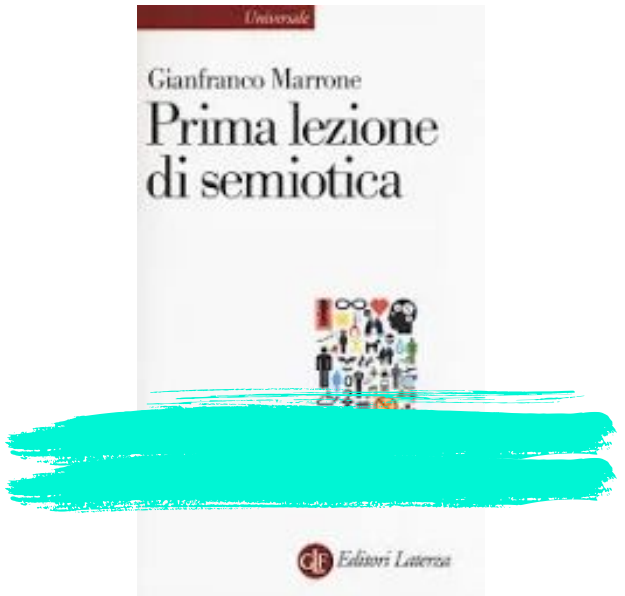


TESTI CONSIGLIATI (6 CFU - NON FREQUENTANTI)



TESTI CONSIGLIATI (4 CFU - FREQUENTANTI)

TESTI CONSIGLIATI (4 CFU - NON. FREQUENTANTI)

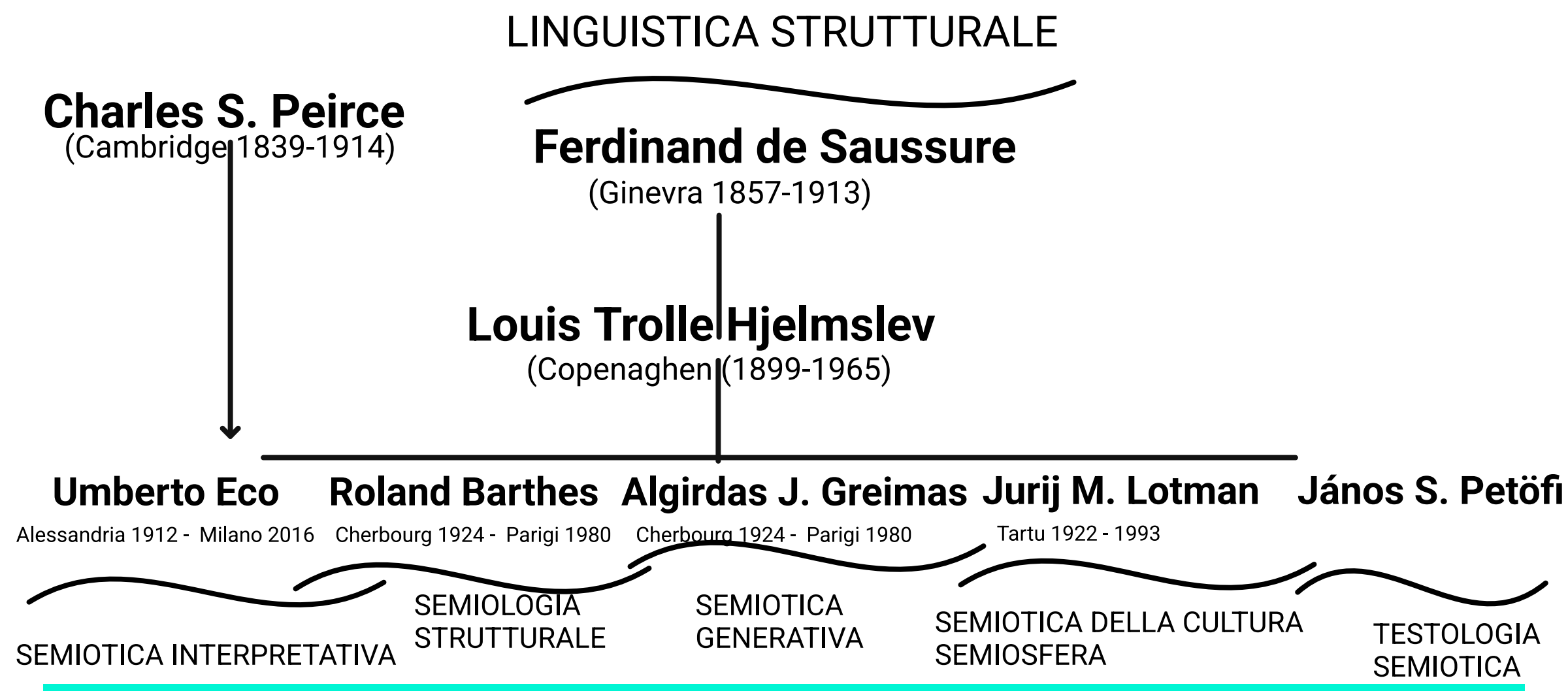


Calendario 2024/2025 - Semiotica

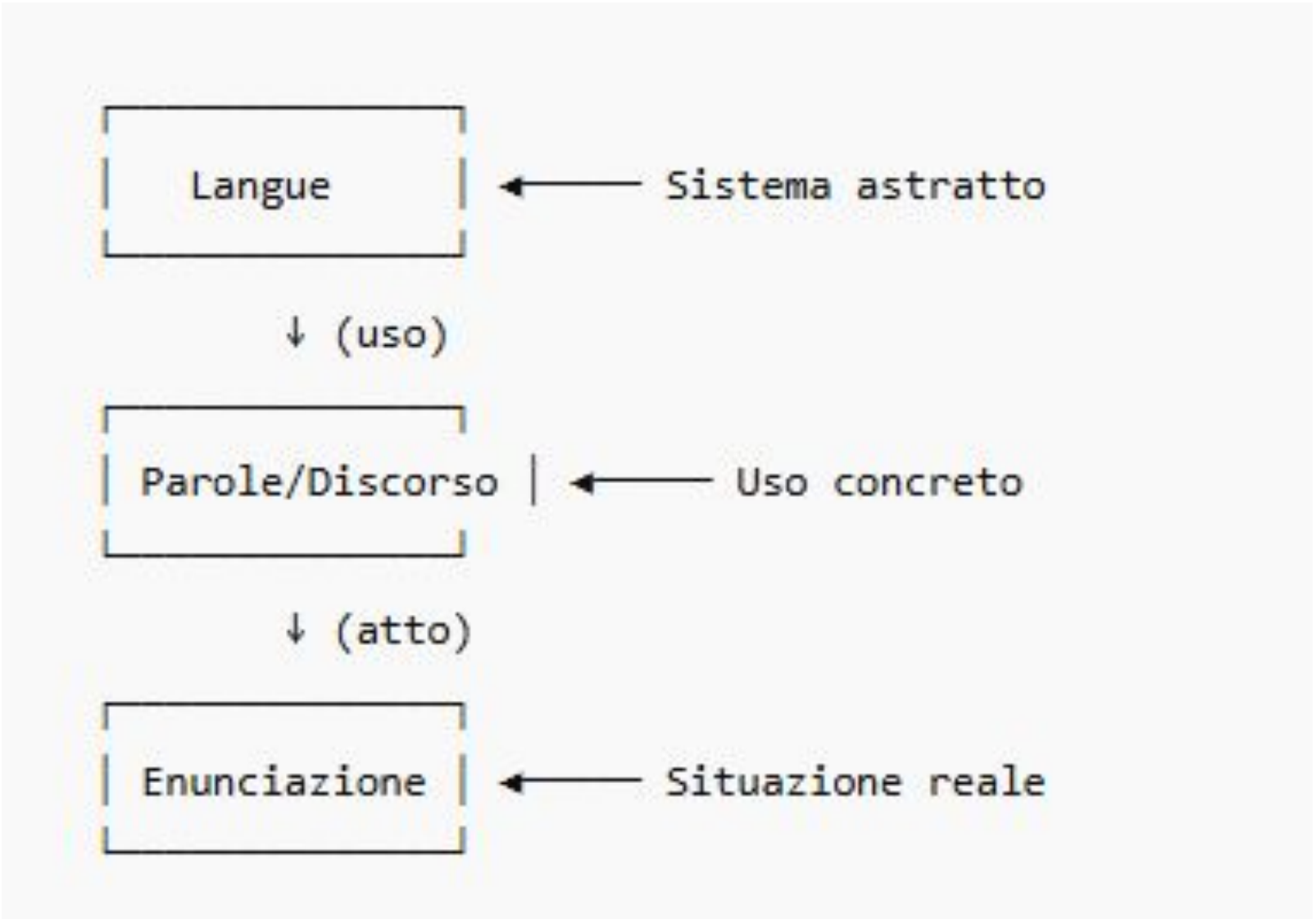
Mer 5 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Mer 5 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
Gio 6 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
Gio 6 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Ven 7 mar 2025	16:00 - 18:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
Ven 7 mar 2025	16:00 - 18:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Mer 19 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Mer 19 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
Gio 20 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
Gio 20 mar 2025	16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Mer 2 apr 2025	16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
Mer 2 apr 2025	16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Gio 3 apr 2025	16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
Gio 3 apr 2025	16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano

16:00 - 18:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 18:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 7 (Livello 5) - Loggia del Grano
16:00 - 19:00	Aula 8 (Livello 5) - Loggia del Grano

PERCORSO STORICO E TEORICO DELLA SEMIOTICA



Émile Benveniste (1902-1976)



SVOLTA TESTUALE

Émile Benveniste (1902-1976)

Tre livelli dell'enunciazione

L'**ENUNCIAZIONE** È L'ATTO CONCRETO CON CUI QUALCUNO PRENDE LA PAROLA IN UNA SITUAZIONE REALE.
È IL MOMENTO IN CUI LA LINGUA (**LANGUE**) DIVENTA DISCORSO (**PAROLE**).

Livello	Descrizione	Esempio
1. Semiotico	Il segno ha significato grazie alla lingua.	La parola "gatto" è un segno del sistema.
2. Semantico	Il significato nasce quando il segno è usato in un contesto reale (discorso).	"Il mio gatto dorme" → discorso enunciato.
3. Enunciativo	L'**atto di prendere la parola** crea il senso. È un gesto comunicativo individuale.	"Io ti parlo adesso" → situazione reale.

Émile Benveniste (1902-1976)
Tre livelli dell’enunciazione

Parole	Sono considerate come **forme astratte**, indipendenti da chi le pronuncia o dove vengono dette.
Esempio	“gatto” è un segno che in italiano si oppone a “cane”, “gatta”, ecc.
Funzione	Codificare le **regole linguistiche** e la struttura del significato.

LIVELLO SEMANTICO – IL SIGNIFICATO NEL DISCORSO

È IL MOMENTO IN CUI IL SEGNO ENTRA IN UN DISCORSO CONCRETO. L’ENUNCIATO ASSUME SIGNIFICATO GRAZIE AL **CONTESTO D’USO**.

Émile Benveniste (1902-1976)

Tre livelli dell’enunciazione

Livello	Cos’è	Chi parla?	Esempio
1. Semiotico	Il sistema della lingua	Nessuno	“gatto” come unità linguistica
2. Semantico	Il segno in un discorso	Un locutore ipotetico	“Il gatto miagola”
3. Enunciativo	L’atto reale di parola	Un “io” in situazione	“Io sento il mio gatto miagolare ora”

LIVELLO ENUNCIATIVO – L’ATTO DI DIRE: SOGGETTIVITÀ E SITUAZIONE

È IL LIVELLO DELL’ATTO INDIVIDUALE DI PAROLA. QUALCUNO PRENDE LA PAROLA IN UNA SITUAZIONE CONCRETA E LO FA A PARTIRE DA SÉ

Émile Benveniste (1902-1976)

Discorso	Storia (narrazione oggettiva)
Presente, deittici (qui, ora, io, tu), dialogo	Passato remoto, terza persona, narrazione distaccata
Soggettivo	Oggettivo
Implica un locutore	Non implica un "io" o "tu"

Frase	Cosa mostra?
"Io vado a casa"	Uso del **"io"** → soggettività
"Questa è la mia penna"	**Deissi** spaziale → "questa" = vicino
"Probabilmente arriverò tardi"	**Modalità** → incertezza
"Ti prometto che verrò"	**Performativo** → crea un'azione sociale

Émile Benveniste (1902-1976)

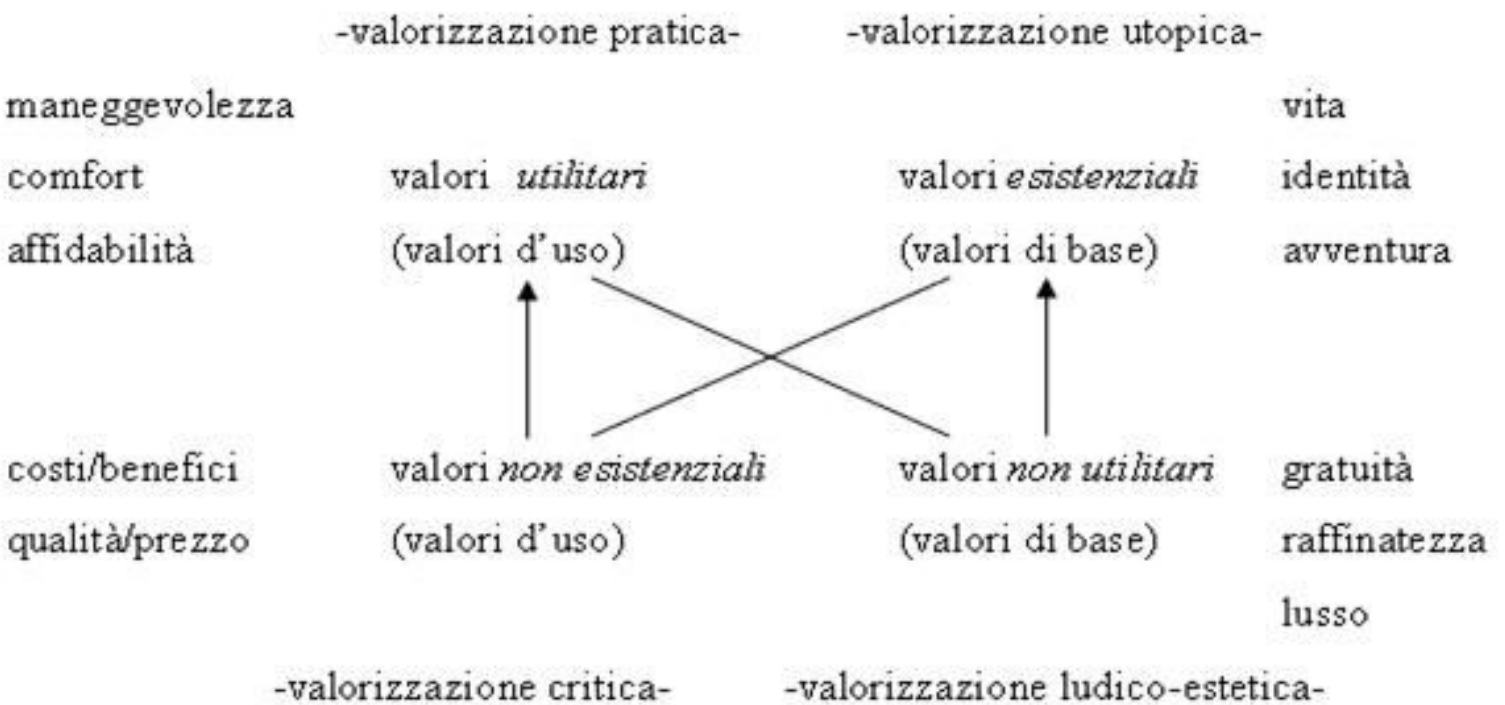
Termine	Spiegazione semplice
Langue (lingua)	È il sistema delle regole, dei segni e della grammatica condiviso da una comunità. È astratto e stabile.
Parole (discorso)	È l'uso concreto della lingua, fatto da un parlante in una situazione specifica.
Enunciazione	È **l'atto individuale** con cui una persona **usa la lingua** per comunicare. La lingua, da potenziale, diventa reale solo nell'enunciazione.
Io/Tu	I pronomi non hanno un significato fisso: il loro significato dipende **da chi parla**. Sono segni **auto-riferiti** che mostrano chi prende la parola.
Deissi	Parole come *io, qui, ora, questo, tu* che hanno senso solo **dentro una situazione concreta** di comunicazione.
Tempo linguistico	Il presente è centrale, perché **coincide con l'enunciazione**. Gli altri tempi (passato/futuro) si costruiscono rispetto a questo presente.
Illocutività	L'uso del linguaggio per **agire** (es: ordinare, promettere, dichiarare). È legato alla **forza del discorso** nel cambiare la realtà.
Modalità	Sono le **sfumature emotive o logiche** che l'enunciatore attribuisce a ciò che dice (es. "forse", "credo che", "senza dubbio").

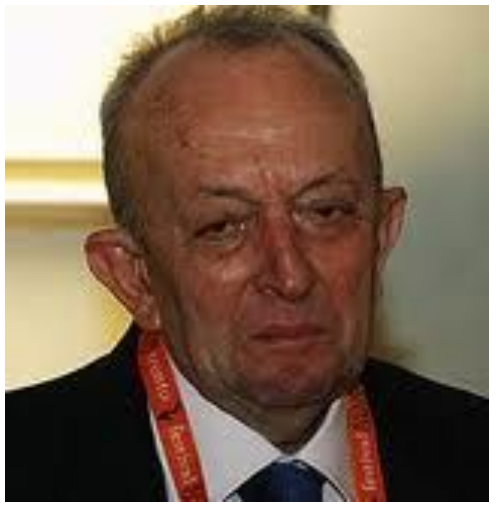
Émile Benveniste (1902-1976)

Frase	Livello	Spiegazione
"Gatto"	Semiotico	Parola come segno nel sistema linguistico
"Il gatto dorme sul divano"	Semantico	Frase coerente semanticamente e sintatticamente
"Io vedo adesso il mio gatto dormire"	Enunciativo	Frase situata: esprime **presenza, identità, tempo, rapporto con l'altro**

Livello	Piano	Chi parla?	Relazione con il mondo
Semiotico	Struttura della lingua	Nessuno	Codifica di segni
Semantico	Frase e discorso	Locutore generico	Costruzione sintattico-semantica
Enunciativo	Atto di parola	Soggetto "io" in situazione	Presenza, intenzione, rapporto

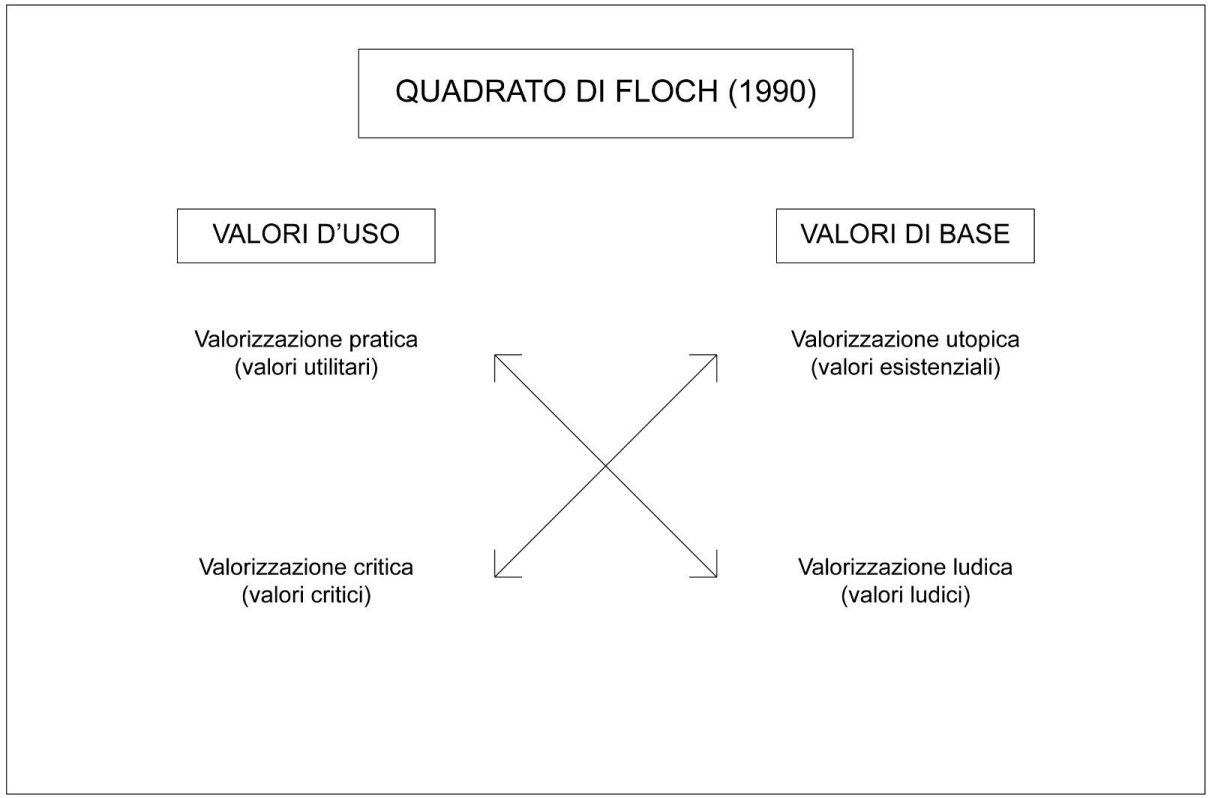
SEMIOTICA-TESTUALE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA





Jean-Marie Floch
(1947-2001)

Jean-Marie Floch (1947-2001)



- logica di tipo pratico (quando l'oggetto è pubblicizzato sulla base dei suoi possibili usi)
-logica di tipo critico (quando entra in gioco una mentalità economica di risparmio o di convenienza),
- logica di tipo utopico (quando l'oggetto diviene funzione della realizzazione identitaria del soggetto che lo desidera)
logica di tipo ludico (quando l'uso viene soppiantato dalla bellezza o dal gioco).

ASSIOLOGIA DELLE VALORIZZAZIONI)

Jean-Marie Floch (1947-2001)

Tipo di valorizzazione	Definizione semplice	Cosa valorizza	Esempio pratico
Pragmatica	L'oggetto è utile, funziona bene	L'efficacia, l'utilità	Uno zaino comodo e resistente
Utopica	L'oggetto rappresenta un ideale, un sogno	Il desiderio, la visione di futuro	Uno spot che mostra una società perfetta
Critica	L'oggetto è autentico, coerente, etico	La verità, l'onestà, l'eticità	Un marchio che usa materiali riciclati
Estetica	L'oggetto è bello, affascinante, emozionante	La forma, lo stile, la bellezza	Un packaging elegante o un design raffinato

L'assiologia delle valorizzazioni è una teoria semiotica dei valori: Floch studia come un oggetto o un testo assume senso attraverso dei valori, cioè modalità diverse di percezione e apprezzamento da parte di chi lo riceve.

Ogni testo (o marca, o prodotto) può essere valorizzato in modi differenti, a seconda di quali valori attiva nella mente dell'interprete.

ASSIOLOGIA DELLE VALORIZZAZIONI)

Jean-Marie Floch (1947-2001)

Valorizzazione	Sedia come...
Pragmatica	Oggetto comodo, funzionale
Estetica	Oggetto di design, bella da vedere
Critica	Sedia fatta a mano, con legno locale
Utopica	Sedia simbolo di socialità, inclusione, sogno collettivo

Uno stesso oggetto (es. una sedia, un brand, un video) può essere percepito in più modi.

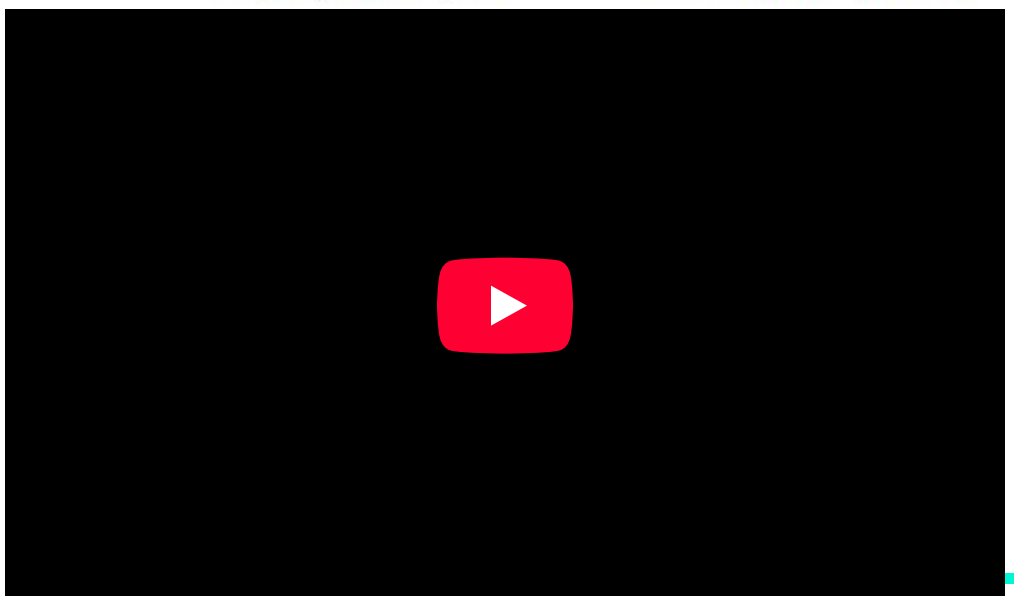
Chi comunica (es. un pubblicitario, un artista, un insegnante) sceglie quali valori attivare nel messaggio.

Chi riceve (lettore, spettatore, consumatore) interpreta il segno in base alla propria scala di valori.

ASSIOLOGIA DELLE VALORIZZAZIONI)

Jean-Marie Floch (1947-2001)

Valorizzazione	Come IKEA la attiva	Esempio concreto
Pragmatica	I prodotti IKEA sono facili da montare, economici, funzionali.	Pubblicità che mostrano mobili in uso quotidiano, accessibili a tutti.
Estetica	Design semplice, nordico, "pulito", piacevole da vedere.	Cataloghi e spot con ambientazioni curate e minimal.
Critica	Attenzione all'ambiente, materiali sostenibili, inclusione sociale.	Campagne "People & Planet Positive", packaging ecologico.
Utopica	Visione di casa come luogo accogliente, democratico, felice.	Spot come "*The Wonderful Everyday*", che mostrano momenti familiari o sogni abitativi.



IKEA non vende solo mobili: costruisce un immaginario culturale, fatto di design democratico, praticità, attenzione all'ambiente e inclusività. Vediamo come si articolano i 4 poli valoriali.

"testo IKEA" è polisemico: ogni destinatario può valorizzarlo in modo diverso.

Il valore non è solo nel mobile, ma nella narrazione culturale che lo circonda.

IKEA invita a riconoscersi in un'idea di casa come spazio personale, flessibile, sostenibile.

ASSIOLOGIA DELLE VALORIZZAZIONI (UN CASO)