

Semiotica delle arti

Scienze della comunicazione per le culture e le arti

Anno accademico:	2012/2013
Ambito disciplinare:	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo http://offweb.unipa.it
Codice:	06415
Articolazione in moduli:	no
Docente:	<i>Semiotica delle arti:</i> Dario Mangano (Ricercatore)
Settore scientifico disciplinare:	L-ART/04
Cfu:	9
Ore riservate allo studio personale:	165
Ore riservate alle attiv. did. assistite:	60
Anno di corso:	2
Tipo di valutazione:	Voto in trentesimi
Calendario delle attività didattiche:	cfr. il calendario delle lezioni
Organizzazione della didattica:	Lezioni frontali
Frequenza:	Facoltativa
Metodi di valutazione:	Semiotica delle arti: esame orale
Ricevimento:	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 delle arti*

Titolo del corso: *Il senso delle arti*

Dopo un'esplorazione dei concetti fondamentali della semiotica e delle sue applicazioni al visivo fra cui: segni/linguaggi, lingua/cultura; valore/struttura, narrazione/narratività, temi/figure, passioni/azioni, plastico/figurativo etc. si procederà a mostrarne l'efficacia applicativa analizzando artefatti inerenti diverse forme artistiche fra le quali, oltre le più importanti opere della storia dell'arte, anche manifesti pubblicitari, spot, fotografie, oggetti di design, marchi, identità visive delle aziende etc. In particolare si dimostrerà come il corpus metodologico semiotico, oltre ad avere grandi possibilità applicative a valle del processo produttivo, possa proficuamente essere utilizzato anche a monte di esso, per definire strategie di comunicazione e verificarne l'effettiva realizzazione.

Lezioni frontali

Ore: Argomenti:

- 1 Obiettivi della disciplina e sua suddivisione.
- 29 Fondamenti di semiotica
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
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
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
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)
- J. M. Floch, Bricolage, Franco Angeli (uscita prevista 31 ottobre)
- O. Calabrese, Come si legge un'opera d'arte, Mondadori Università
- D. Mangano, Semiotica e design, Carocci