



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

SCUOLA POLITECNICA - DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA

ANNO ACCADEMICO PIANO DI STUDI	2014-2015
ANNO ACCADEMICO DI EROGAZIONE	2015-2016
CORSO DI LAUREA O DI LAUREA MAGISTRALE	L 4, Disegno industriale
INSEGNAMENTO	Semiotica
TIPO DI ATTIVITÀ	Base
AMBITO DISCIPLINARE	Formazione umanistica di base
CODICE INSEGNAMENTO	06412
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
NUMERO MODULI	1
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	M-FIL/05
DOCENTE RESPONSABILE (MODULO 1)	Dario Mangano RU Dipartimento Culture e Società Università di Palermo
CFU	6
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	102
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	48
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	2°
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	http://www.unipa.it/dipartimenti/diarchitettura/cds/disegnoindustriale2079/didattica/lezioni.html
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali La partecipazione degli studenti, volta a consentirgli di sviluppare le proprie abilità comunicative, viene garantita attraverso la discussione collettiva in aula di casi studio.
MODALITÀ DI FREQUENZA	Frequenza fortemente consigliata
METODI DI VALUTAZIONE	Prova orale.
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi.
PERIODO DELLE LEZIONI	Secondo semestre
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	http://www.unipa.it/dipartimenti/diarchitettura/cds/disegnoindustriale2079/didattica/lezioni.html
ORARIO DI RICEVIMENTO	viale delle Scienze ed. 15, stanza 305

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI**Conoscenza e capacità di comprensione**

Conoscere e saper esporre le principali teorie e i modelli che spiegano il funzionamento dei processi di significazione relativi a un ampio numero di artefatti di diversa natura. Il corso consentirà di sviluppare capacità di analisi e sensibilità critica al fine di affrontare e gestire le problematiche che riguardano il funzionamento dei processi comunicativi coinvolti nella progettazione.

Acquisire le competenze di base e le abilità specifiche relative alla comunicazione di pubblica utilità, alle tecniche e agli strumenti della comunicazione pubblicitaria, alle attività di comunicazione e di informazione (tradizionale o mediante le ITC).

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).

Non è prevista alcuna specifica propedeuticità.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso la continua applicazione della metodologia a casi concreti si insegnerà ad affrontare e a gestire concretamente le problematiche riguardanti il funzionamento dei processi comunicativi di pertinenza delle diverse branche del design (product design, graphic design, web design etc.).

Verrà inoltre sviluppata la capacità da parte dello studente di strutturare una riflessione organica sui processi semiotici implicati in vari artefatti comunicativi. Saranno inoltre forniti gli strumenti teorici che consentono di guidare i processi creativi legati allo sviluppo di nuovi prodotti avendo ben presenti gli aspetti strategici che devono caratterizzarli.

Autonomia di giudizio

Riconoscere, comprendere e controllare i meccanismi di significazione legati ad un ampio ventaglio di forme di testualità.

Abilità comunicative

Attraverso la presentazione e la discussione collettiva in aula di concreti casi di studio inerenti le tematiche affrontate nel corso, verranno stimolate le abilità comunicative degli studenti sia rispetto al gruppo dei colleghi sia rispetto al docente. In questo modo sarà possibile conseguire la capacità di illustrare con proprietà di linguaggio e precisione scientifica le problematiche relative agli aspetti semiotici del design in diversi ambiti anche a un pubblico di non esperti.

Capacità d'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 DELL'INSEGNAMENTO

Il corso si propone di sviluppare una riflessione sui processi semiotici implicati nelle varie espressioni del Disegno industriale. Tale prospettiva mira a indagare le diverse "anime" del design in maniera trasversale rilevando quei tratti comuni che pertengono la dimensione comunicativa comune a molteplici artefatti.

Il corso intende fornire la conoscenza di alcune fra le principali problematiche legate al dibattito contemporaneo nelle scienze umane, in relazione, ovviamente, all'articolazione dell'offerta formativa del Corso di laurea in Disegno industriale. Verranno innanzitutto illustrati i fondamenti della semiotica strutturale (dal segno ai linguaggi, dal codice al testo) e della sociosemiotica (discorsività, traduzione fra

linguaggi e fra media). In seguito, ci si soffermerà sui seguenti campi problematici:

- la semiotica degli oggetti e del design (dal segno al testo; dal significato alla significazione; componenti semiotiche degli oggetti, sociosemiotica del design),
- l'interoggettività (relazioni paradigmatiche e sintagmatiche fra oggetti),
- la questione dei materiali (sostanza e materia dell'espressione; sostanza e materia del contenuto)
- il senso degli oggetti tecnici (soggetti utilizzatori, pratiche e istruzioni d'uso)
- Il design del cibo
- l'articolazione formale dell'immagine (linguaggi figurativi e plastici)

Il corso alternerà momenti di lezione teorica frontale a proposte di analisi testuali specifiche e ad esperienze di laboratorio.

SEMIOTICA	
ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
15	<p>Fondamenti di semiotica strutturale e basi di sociosemiotica 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. Differenze e contaminazioni fra discorsi sociali: moda, televisione, giornalismo, pubblicità, politica, spazialità. Competenze metodologiche per orientarsi nella comprensione e nell'analisi della significazione sociale.</p>
15	<p>La semiotica degli oggetti e del design Storia, problemi, metodi e strumenti della semiotica applicata all'analisi del Design.</p>
10	<p>Food design La progettazione alimentare: problemi, teorie e metodi a partire da specifici casi studio.</p>
8	<p>La semiotica del visivo Basi di semiotica del visivo, comunicazione e progettazione grafica, semiotica dei colori.</p>
TESTI	<ul style="list-style-type: none"> - G. Marrone, <i>Introduzione alla semiotica del testo</i>, Laterza - D. Mangano, <i>Semiotica e design</i>, Carocci - D. Mangano, <i>Che cos'è il food design</i>, Carocci - Una selezione di dispense a cura del docente - P. Polidoro, <i>Che cos'è la semiotica visiva</i>, Carocci - M. Agnello, <i>Semiotica dei colori</i>, Carocci <p>I testi potranno subire variazioni in base a novità editoriali non prevedibili al momento della stesura della scheda di trasparenza e potranno essere eventualmente integrati con dispense a cura del docente.</p>