



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

<b>DIPARTIMENTO</b>	Culture e società		
<b>ANNO ACCADEMICO OFFERTA</b>	2020/2021		
<b>ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE</b>	2020/2021		
<b>CORSO DILAUREA</b>	SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE PER I MEDIA E LE ISTITUZIONI		
<b>INSEGNAMENTO</b>	SEMIOTICA E LAB. PROF. DI COMUNICAZIONE E VISUAL DESIGN C.I.		
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	20303		
<b>MODULI</b>	Si		
<b>NUMERO DI MODULI</b>	2		
<b>SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI</b>	M-FIL/05		
<b>DOCENTE RESPONSABILE</b>	MANGANO DARIO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
<b>ALTRI DOCENTI</b>	LI MULI DANILO	Professore a contratto	Univ. di PALERMO
	MIGNANO VALENTINA	Ricercatore a tempo determinato	Univ. di PALERMO
	MONTEROSSO FRANCESCO	Ricercatore a tempo determinato	Univ. di PALERMO
	MANGANO DARIO	Professore Ordinario	Univ. di PALERMO
<b>CFU</b>	12		
<b>PROPEDEUTICITA'</b>			
<b>MUTUAZIONI</b>			
<b>ANNO DI CORSO</b>	1		
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	2° semestre		
<b>MODALITA' DI FREQUENZA</b>	Facoltativa		
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi		
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	<p><b>MANGANO DARIO</b>            Giovedì 11:00 13:30 viale delle Scienze ed. 15, terzo piano, stanza 303</p> <p><b>MIGNANO VALENTINA</b>            Giovedì 10:00 12:00 Il ricevimento avverrà online sulla piattaforma Microsoft Teams. Per concordare un appuntamento gli studenti devono inviare una mail alla docente al seguente indirizzo: valentina.mignano@unipa.it. Grazie</p> <p><b>MONTEROSSO FRANCESCO</b>            Lunedì 15:00 17:00 Teams/Aule a disposizione</p>		

<b>PREREQUISITI</b>	I prerequisiti corrispondono alle conoscenze richieste per l'accesso al Corso di Laurea, ovvero buona capacità di comunicazione scritta e orale nella lingua italiana e una buona preparazione di cultura generale.
<b>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</b>	<p>Conoscenza e capacità di comprensione          Conoscere e saper esporre le principali teorie e modelli che spiegano il funzionamento dei processi di costruzione del senso nei più diversi artefatti comunicativi. Il corso consentirà di sviluppare capacità di analisi e sensibilità critica al fine di imparare ad affrontare e a gestire le problematiche che riguardano il funzionamento dei processi informativi all'interno di aziende pubbliche e private, preparando altresì a organizzare e gestire attività comunicative con diversi pubblici e con diversi destinatari.          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 atto presso testate giornalistiche o uffici stampa          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.</p> <p>Possedere le fondamentali nozioni circa l'elaborazione informatica delle immagini e i principi estetici della grafica.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione          Attraverso la continua applicazione della metodologia a casi concreti si insegnerà ad affrontare e a gestire le problematiche concrete riguardanti il funzionamento dei processi informativi all'interno di aziende pubbliche e private, preparando gli studenti ad organizzare e a gestire attività di informazione e di comunicazione con diversi pubblici e con diversi destinatari.          Verrà inoltre sviluppata la capacità da parte dello studente 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.</p> <p>Essere in grado di realizzare progetti grafici utilizzando programmi di grafica vettoriale e bitmap.</p> <p>Autonomia di giudizio          Riconoscere, comprendere e controllare i meccanismi di produzione del senso legati ad un ampio ventaglio di forme di testualità.</p> <p>Sviluppare una sensibilità per la composizione grafica.</p> <p>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 della comunicazione in diversi ambiti anche a un pubblico di non esperti.</p> <p>Sapere illustrare e motivare le scelte compiute nel design grafico</p> <p>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.</p> <p>Capacità di integrare le conoscenze tecniche circa l'uso dei software.</p>
<b>VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO</b>	<p>L'esame del modulo di Semiotica consisterà in una prova scritta, da realizzare con un test a risposta multipla, sulla parte generale del corso, e da una prova orale sulle parti applicative. Coloro che non supereranno l'esame scritto non potranno accedere all'orale.</p> <p>L'esame del Laboratorio professionalizzante di comunicazione visual design consisterà nella valutazione di un progetto di un artefatto comunicativo che lo studente dovrà consegnare prima dell'appello per consentirne la valutazione. La prova scritta sarà composta da 31 domande a risposta multipla, ogni risposta corretta varrà 1 punto, 0 punti per ogni risposta errata o mancante. La prova orale è un colloquio volto ad accertare il possesso delle competenze e</p>

	<p>delle conoscenze disciplinari previste dal corso ed e' articolata in un minimo di tre domande. Queste sono appositamente pensate per testare i risultati di apprendimento previsti e tenderanno a verificare a) le conoscenze acquisite, b) le capacita' elaborative e di applicazione delle conoscenze a specifici esempi, c) il possesso di un'adeguata capacita' espositiva.</p> <p>Il punteggio massimo si ottiene se in tutti e tre questi ambiti lo studente mostra ottime capacita. Si sottolinea a tal proposito l'importanza della padronanza del linguaggio della disciplina, la precisione nell'utilizzo dei termini e la capacita' di articolare i ragionamenti in maniera chiara e completa.</p> <p>30 e 30 e lode: ottima conoscenza degli argomenti, ottima proprieta' di linguaggio, buona capacita' analitica, lo studente e' in grado di applicare le conoscenze per risolvere i problemi proposti</p> <p>26-29: buona padronanza degli argomenti, piena proprieta' di linguaggio, lo studente e' in grado di applicare le conoscenze per risolvere i problemi proposti</p> <p>24-25: conoscenza di base dei principali argomenti, discreta proprieta' di linguaggio, con limitata capacita' di applicare autonomamente le conoscenze alla soluzione dei problemi proposti</p> <p>21-23: non ha piena padronanza degli argomenti principali dell'insegnamento ma ne possiede le conoscenze, soddisfacente proprieta' linguaggio, scarsa capacita' di applicare autonomamente le conoscenze acquisite</p> <p>18-20: minima conoscenza degli argomenti principali dell'insegnamento e del linguaggio tecnico, scarsissima o nulla capacita' di applicare autonomamente le conoscenze acquisite</p> <p>INSUFFICIENTE: non possiede una conoscenza accettabile dei contenuti degli argomenti trattati nell'insegnamento</p> <p>Ove il Consiglio di Corso di Laurea preveda la somministrazione di una prova intermedia essa sara' impartita secondo le modalita' dallo stesso organo stabilite.</p> <p>Tali modalita' potranno essere riviste in funzione dell'evolversi della pandemia Covid-19 attualmente in atto in sensi che non sono prevedibili al momento. In tale caso si dara' comunicazione agli studenti in maniera più tempestiva possibile.</p>
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali

## MODULO SEMIOTICA

Prof. DARIO MANGANO

### TESTI CONSIGLIATI

- P. Fabbri, D. Mangano, a cura di, La competenza semiotica, Carocci
- G. Marrone, Prima lezione di semiotica, Laterza
- D. Mangano, Ikea e altre semiosfere. Laboratorio di sociosemiotica, Mimesis
- D. Mangano, Che cos'è la semiotica della fotografia, Carocci

Ove il testo D. Mangano, Ikea e altre semiosfere. Laboratorio di sociosemiotica, Mimesis non risultasse disponibile per l'inizio dei corsi verrà sostituito con

- G. Marrone, Corpi sociali, Einaudi

<b>TIPO DI ATTIVITA'</b>	A
<b>AMBITO</b>	50088-Discipline semiotiche, linguistiche e informatiche
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	165
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE</b>	60

### OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

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. Tali nozioni verranno applicate a diversi ambiti, dal giornalismo alla pubblicità, dalla politica alla televisione, ma anche a campi comunemente non assimilati all'attività comunicativa come l'architettura, la moda o l'enogastronomia, che tuttavia dimostrano un'articolazione tale da farli ritenere veri e propri linguaggi. Ciò al fine di insegnare ad affrontare e gestire problematiche concrete riguardanti il funzionamento dei processi informativi all'interno di aziende pubbliche e private, preparandosi a organizzare attività di informazione e di comunicazione con diversi pubblici e con diversi destinatari. Si mostrerà inoltre come la semiotica possa essere utilizzata come metodologia per impostare strategicamente le più diverse attività di comunicazione in fase progettuale, e non solo dunque come metodologia per la loro analisi e critica. Particolare attenzione sarà dedicata alla semiotica fotografica.

## PROGRAMMA

ORE	Lezioni
3	Introduzione al corso. Il segno secondo Peirce e secondo Saussure. Indice, simbolo, icona. Linguaggio
3	Saussure e la semiologia. Il circuito della parole. Arbitrarietà del segno e linearità. Identità e valore del segno. Stutturismo. Sintagma e paradigma. Langue e parole.
3	Barthes e il segno vestimentario. Costume e abbigliamento. Il metodo semiotico applicato alla moda: segmentazione, classificazione, riarticolazione. Fonetica e fonologia: Jakobson e i tratti linguistici.
3	Quadripartizione di Hjelmslev. Non conformità fra i piani del linguaggio.
3	Semisimbolismo. Connotazione, denotazione, metalinguaggio. Fonetica e fonologia. Propp e la narratologia. 31 funzioni di Propp.
3	Dalle 31 funzioni di Propp allo schema narrativo: viaggio nelle strutture del racconto.
3	Il concetto di mito per Levi-Strauss. Edipo. Elementi di grammatica narrativa (Greimas).
3	Il quadrato semiotico.
3	Utopie pubblicitarie. Eco e Barthes. Valori e valorizzazioni. Il modello di Floch.
3	Enunciazione: la soggettività nel linguaggio. Concetti teorici e analisi testuali: l'inizio de "Il nome della rosa".
3	Dall'opinione pubblica al corpo politico. La semiotica e il discorso politico. Il modello di Landowski della partecipazione politica.
3	La semiotica visiva: teoria e metodi. Plastico e figurativo.
3	Analisi di Composizione IV di Kandisky. Figurale, figurativo e iconico.
3	Introduzione all'analisi delle passioni in semiotica. Barthes e i "Frammenti di un discorso amoroso". La passione fra moto individuale e fenomeno sociale. Le componenti della passione. Analisi della nostalgia di Greimas.
3	Semiotica dello spazio: analisi della Facoltà di ingegneria. Il percorso passionale canonico.
3	Estetica ed estesia: una prospettiva semiotica. La presa estetica. Esempi da Proust e Calvino. La semiosfera. Il concetto di testo per Greimas e Lotman
12	Semiotica della fotografia. Dall'estetica alla semiotica: segni, testi, discorsi e corpi.

**MODULO**  
**LABORATORIO PROFESSIONALE DI COMUNICAZIONE E VISUAL DESIGN**

*Prof. FRANCESCO MONTEROSSO - Lettere A-E, - Lettere A-E*

**TESTI CONSIGLIATI**

- Il nuovo manuale di tecniche pubblicitarie. Il senso e il valore della pubblicità di Marco Lombardi- Franco Angeli editore  
- Dispense sui temi della comunicazione integrata e dell'iter creativo a cura del docente.  
- Neuro Web Design. L'inconscio ci guida neo web. - Susan M. Weinscheink - Apogeo

**TIPO DI ATTIVITA'**

F

**AMBITO**

10846-Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro

**NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE**

45

**NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITA' DIDATTICHE ASSISTITE**

30

**OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO**

Conoscenza e capacita' di comprensione Lo studente al termine del Corso saprà conoscere e comprendere le soluzioni creative utili a ideare e produrre comunicazione pubblicitaria. Acquisirà gli strumenti idonei alla progettazione di prodotti e sistemi oggettuali e non oggettuali che svolgano in pieno le loro funzioni pratiche ed estetiche, che siano facili da usare, che costino poco, che siano capaci di apportare i benefici desiderati agli utenti che con essi interagiscono e che siano eco-compatibili. Capacita' di applicare conoscenza e comprensione Il Corso darà agli studenti conoscenze e competenze specifiche, sotto il profilo culturale, metodologico e strumentale. Fornirà i criteri necessari per la definizione del progetto: sviluppare l'aspetto creativo e l'aspetto tecnico organizzativo. Il Corso permetterà anche lo sviluppo di un'efficiente organizzazione degli allievi, volta al raggiungimento dell'obiettivo sfruttando al meglio le risorse disponibili, attraverso interventi collegiali e di gruppo strutturati per attivare le potenzialità proprie dei singoli e sintonizzarle al meglio tra loro. Autonomia di giudizio Nel percorso didattico, lo studente acquisirà gli strumenti di base per identificare, analizzare e definire i diversi aspetti di un prodotto industriale: tipologici, morfologici, strutturali, materici, tecno-produttivi, economici, socio-culturali, comunicativi, etc. Potrà sperimentare soluzioni progettuali innovative in linea con le principali problematiche della cultura del design contemporaneo come la sostenibilità ambientale, il risparmio energetico, nuove tecnologie e nuovi materiali. Abilità comunicative Lo studente acquisirà la capacità di sviluppare e comunicare un progetto. Sarà in grado di evidenziare problemi relativi alla preparazione ed elaborazione di un concept. Sarà in grado di realizzare elaborati tecnici, presentazione dell'iter progettuale anche attraverso strumentazioni multimediali. Capacità d'apprendimento L'organizzazione del corso, attraverso lezioni teoriche, attività pratiche, workshop, permetterà agli studenti di acquisire conoscenze e competenze volti all'utilizzo di approcci metodologici e criteri progettuali adeguati allo sviluppo di nuovi concept, e promuove percorsi di ricerca e di apprendimento autonomi. Il processo di valutazione dei risultati di apprendimento degli studenti mira a rilevare forme di verifica adeguati e funzionali all'accertamento degli obiettivi programmati come traguardo e declinati in competenze sviluppate, conoscenze e abilità. La verifica utilizzata durante il corso è la prova scritta attraverso la quale tende ad accertare il possesso delle competenze e delle conoscenze disciplinari previsti dal corso. Gli stimoli sia aperti che semi-strutturati appositamente costruiti, in relazione ai risultati di apprendimento previsti sono organizzati in modo da permettere allo studente di elaborare autonomamente la risposta e riflettere sul percorso di studio teorico e metodologico effettuato. La diversificazione e la specializzazione nel settore del Design hanno portato a sviluppare proposte formative caratterizzate da innovazione, ricerca e interdisciplinarietà. L'obiettivo del corso sarà di fornire agli studenti le competenze e le conoscenze specifiche sotto il profilo culturale, metodologico e strumentale e i criteri necessari per la definizione del progetto finalizzati a sviluppare l'aspetto creativo e quello tecnico organizzativo. Lezioni frontali in aula, esercitazioni e discussione dei risultati attraverso modalità di interazione collettiva, laboratorio progettuale con revisione dei diversi step del progetto.

**PROGRAMMA**

ORE	Lezioni
2	Comprensione e realizzazione di una strategia di comunicazione a partire dai bisogni del cliente, dal suo budget, i suoi obiettivi commerciali e/o valoriali.
2	Analisi delle best e delle worst practice di comunicazione in linea con l'identità del cliente, il suo tone of voice e i suoi obiettivi.

2	Studio del processo di creazione di un'idea pubblicitaria a partire dall'interpretazione del brief.
8	Analisi della relazione tra le esigenze di marketing del committente, il budget, il contesto e la strategia di pianificazione degli spazi pubblicitari.
<b>ORE</b>	<b>Esercitazioni</b>
6	Un workshop finalizzato a realizzare, in team working, un piano di comunicazione integrato per un brand locale dopo aver preso in esame i suoi obiettivi comunicativi, commerciali e strategici.