



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



centro
internazionale
di studi
interculturali
di semiotica
e morfologia

Simposio interdottoale

La ricerca semiotica 3. Intersezioni /La recherche sémiotique 3. Intersections/ Semiotic research 3. Intersections

Coordinatori: Dario Mangano (Università di Palermo) e Alvise Mattozzi (Universita' di Bolzano e LISaV)

16-17 luglio 2011

Urbino – Collegio La Vela

sabato 16 luglio – Auditorium La Vela

09.00

apertura Alvise Mattozzi e Dario Mangano

09.15 *I sessione - Visual*

Discussants: Paolo FABBRI (LUISS, Roma), Tiziana MIGLIORE (LISaV, Università luav di Venezia), Franciscu SEDDA (Università di Roma "Tor Vergata")

Massimiliano Coviello (Siena) **La funzione testimoniale delle immagini nel cinema contemporaneo. Dai regimi di credenza ai processi di autenticazione**

Faisal SAHBI (Oran) **La sémiopragmatique : Une approche commucationnelle du film cinématographique**

11.15 *pausa*

11.30

Il sessione - Visual

Cristina GRECO (Roma) **La costruzione dell'identità del conflitto nel reportage a fumetti. Il caso de // fotografo.**

Rafael LENZI (São Paulo) **Resemantizations of modern enunciatee in Ramayan 3392 A.D.**

13.30 *pausa pranzo*

15.00

III sessione - Visual

Matteo TRELEANI (Parigi) **Per una semiotica dell'archivio. Gli archivi audiovisivi on-line e le questioni della ricontestualizzazione.**

Tatsuma PADOAN (Venezia) **Please do it at home. Simulacri prescrittivi e negoziazione di valori nella comunicazione visiva della Tokyo Metro.**

17.00 pausa

17.15

IV sessione cultural

Alessandra GIANNUZZI (Urbino) **Elementi antropopietici in due giuramenti ateniesi**

Simona STANO (Torino) **Il cibo dell'Altro. Un approccio semiotico alla traduzione del codice alimentare**

domenica 17 luglio – Auditorium La Vela

09.00 *I sessione - marketing*

Discussants: Maria Pia POZZATO (Università di Bologna) e Giovanna ORI (consulente, Bologna)

Giacomo FESTI (Milano) **La copertina corta del consulente, tra committenti e commitments disciplinari. L'esperienza "rivista".**

Paolo ODOARDI (Bologna) **Semiotica e packaging: l'oro di Modena.**

11.00 pausa

11.15 *I sessione - Sci&Tech*

Discussants: Francesco MARSCIANI (Università di Bologna) e Alessandro MONGILI (Università di Padova)

Annalisa PELIZZA (Bologna) **Dall'usabilità all'apprezzabilità. La semiotica come metodo per misurare lo scarto tra prescrizioni e sottoscrizioni nel design delle interfacce online**

Federica MANZOLI (Milano) **Indagine sui discorsi dei cittadini e della televisione intorno alla questione ambientale**

13.15 pausa pranzo

15.00 *I sessione - Spazio*

Discussants : Gianfranco MARRONE (Università di Palermo) e Claudio COLETTA (Università di Padova)

Pierre NAVARETTE (Limoges) **Toposyntaxe et schème directionnel dans *La Route d'Altamont*, de Gabrielle Roy**

Laura GUTTILLA (Bologna) **Oltre il muro: confini e culture. Alcune riflessioni**

17.00 pausa

17.15

Tavola rotonda conclusiva

ABSTRACTS

Simposio interdottoale

La ricerca semiotica 3. Intersezioni /La recherche sémiotique 3. Intersections/ Semiotic research 3. Intersections

Coordinatori: Dario Mangano (Università di Palermo) e Alvisè Mattozzi (Università di Bolzano e LISaV)

16-17 luglio 2011

Urbino – Collegio La Vela

Massimiliano COVIELLO (Istituto Superiore di Scienze Umane (FI) – Un. di Siena – massicov@gmail.com)

Ho studiato presso l'Università degli studi di Siena. Nel 2007 ho conseguito la laurea specialistica in Teorie della Comunicazione con una tesi in Semiotica sulle figure della memoria e dell'oblio nel cinema di Alain Resnais. Il progetto di ricerca dottorale, svolto presso Dottorato in *Studi sulla rappresentazione visiva. Storia, teoria e produzione delle arti e delle immagini* all'Università di Siena, riguarda l'analisi delle strategie di simulazione e costruzione del testimone all'interno del cinema contemporaneo, sia di fiction che documentaristico. Il mio tutor è il prof. Francesco Casetti (Yale University, Department of Film Studies). Sono membro redazionale della rivista *Carte Semiotiche* (<http://linus.media.unisi.it/css/>) e coordinatore del seminario di ricerca sulle scienze umane *il lavoro culturale*, finanziato dall'Università degli studi di Siena (www.lavoroculturale.org).

La funzione testimoniale delle immagini nel cinema contemporaneo. Regimi di credenza e processi di autenticazione

L'utilizzo massiccio delle tecnologie digitali per documentare, raccontare e diffondere sui mass media internazionali alcuni degli eventi più rilevanti dell'ultimo decennio costituisce un terreno di dibattito teorico molto fertile e ampio, tanto da coprire diversi ambiti disciplinari e da produrre riverberi altrettanto intensi sull'etica e la deontologia di chi, a vario titolo, produce e lavora con le immagini.

All'interno dell'attuale panorama mediatico, quello che sembra essersi modificato e forse non ancora del tutto stabilizzatosi, è la posizione epistemologica che si sta costruendo attorno alle immagini. Sono le condizioni del sapere sul mondo prodotte e restituite a partire dai testi visivi e audiovisivi ad essere poste sotto osservazione, la loro capacità di costruire o al contrario di recidere i nessi con il sensibile, di proporsi come interfaccia della "realtà", oppure di escludere dal loro orizzonte qualsiasi legame con il fuori campo, imponendosi come ambiente egemonico di simulazione all'interno del quale non solo il sistema delle referenze viene destituito ma lo spettatore sembra non poter più esercitare e mobilitare il suo sguardo per ricercare un posto all'interno dell'immagine. Se nell'immagine analogica le strategie di manipolazione erano finalizzate a costruire un dispositivo illusorio, che chiedeva una collaborazione costruttiva allo sguardo dello spettatore, oggi le manipolazioni sono indirizzate verso la costruzione di un'immagine chiusa in se stessa, tendente all'autoriferimento. Si tratta di una prospettiva "apocalittica" la cui radicalità non risiede soltanto nell'affermare la perdita dei nessi tra la "realtà" e le sue rappresentazioni, quanto piuttosto nell'incapacità di fornire dei modelli di lettura che sappiano ritracciare le modalità con cui, nel contemporaneo, le immagini continuano ad influire sugli assetti della cultura e sulla costruzione di una memoria collettiva.

Gli studi sul montaggio, in quanto forma di articolazione del sincretismo audiovisivo, e non solo le ibridazioni tra i formati mediali, la costruzione e la collocazione dello sguardo sull'immagine e nell'immagine, la variabilità graduale del punto di vista, le capacità del racconto di organizzare e rfigurare l'esperienza del soggetto, sono alcuni dei nuclei che mi propongo di discutere durante il mio intervento al simposio per costruire una mappatura delle caratteristiche testimoniali dell'immagine nei testi cinematografici. Analizzerò alcune sequenze di *Waltz with Bashir* (2008) del regista israeliano Ari Folman, per comprendere quali sono le strategie adottate dal film d'animazione per riaprire e perlustrare l'archivio delle immagini televisive che hanno documentato la strage di Sabra e Shatila, durante l'invasione israeliana del Libano nel 1982. A partire dal difficile processo di rammemorazione di uno dei soldati, testimone diretto della guerra in Libano, il film mette in scena il processo di ricostruzione e di autenticazione dei documenti televisivi che, pur mantenendo il loro statuto di prova, vengono sottratti all'accumulo statico e anestetizzato delle rappresentazioni della sofferenza e collocate in un rinnovato processo di significazione.

Massimiliano COVIELLO (Istituto Superiore di Scienze Umane (FI) – Un. di Siena – massicov@gmail.com)

I studied at the Università degli studi di Siena. In 2007 I obtained a degree in Theories of Communication with a thesis on Semiotics about the figures of memory and oblivion in the cinema of Alain Resnais. The doctoral research project concerns the analysis of simulation strategies and construction of the witness in contemporary cinema, both fiction and documentary. My supervisor is prof. Francesco Casetti (Yale University, Department of Film Studies). I am a member of editorial committee of the peer reviewed journal "Carte Semiotiche" (<http://linus.media.unisi.it/css/>) and coordinator of the research seminar on humanities il lavoro culturale, funded by the Università degli studi di Siena (www.lavoroculturale.org).

The testimonial function of images in contemporary cinema. Systems of belief and authentication processes

The massive use of digital technologies to document, describe and spread through international media some of the most significant events of the last decade is a very fertile ground for theoretical debate and broad enough to cover multiple disciplines and produce equally intense reflections on the ethics of those who, for various reasons, produce images and work with them.

Within the current media landscape, what seems to have changed, and perhaps not yet fully stabilized, is the epistemological position that is being built around images. It's the conditions of knowledge of the world produced and returned by visual and audiovisual texts that are placed under observation: their ability to build or instead sever links with the sensible, to act as interface of the "reality", or exclude from their horizon any links to the offscreen, establishing itself as the hegemonic space of simulation in which not only the system of references is removed but the viewer can no longer seems to exercise and mobilize his gaze to find a place within image. If analog image manipulation strategies were aimed at building an illusory device, calling the viewer for a constructive cooperation, today manipulations are directed towards the construction of an image closed within itself, tending to self-referentiality. It is an "apocalyptic" prospect whose radicality lies not only in affirming the loss of links between the the "reality" and its representations, but rather in the inability to provide models of reading that could retrace how, in the contemporary, the images continue to affect the structures of culture and the construction of a collective memory.

Studies on editing, as a form of articulation of the audio-visual syncretism, and not just the hybrids between media formats, the construction and placement of the gaze on the image and in the image, the gradual variation of the point of view, the ability of the narration to organize and refigure the experience of the subject, are some of the main points that I intend to discuss during my speech at the symposium to build a mapping of the testimonial features of the image in film texts. I'll analyze some sequences from *Waltz with Bashir* (2008), by Israeli director Ari Folman, to understand what are the strategies adopted by the animated film to reopen and explore the archive of the television images that documented the massacre of Sabra and Shatila during the Israeli invasion of Lebanon in 1982. Starting from the difficult process of remembrance of one of the soldiers, eyewitness of the war in Lebanon, the film depicts the process of reconstruction and authentication of television documents that, while maintaining their status as evidence, are taken away from the static and anesthetized accumulation of the representations of suffering and placed in a renewed process of signification.

Faisal SAHBI (Doctorant en sc. de la communication/Université d'Oran, Algérie – faisal.sahbi@hotmail.fr)

Fayçal Sahbi est doctorant algérien en sciences de l'information et de la communication à l'université d'Oran en Algérie où il enseigne également à la faculté des sciences humaines. Après avoir obtenu un magistère en sciences de la communication avec un mémoire intitulé : « Le processus communicationnel du film cinématographique », il prépare désormais une thèse de doctorat sur l'impact des nouveaux médiums sur la sémiotique de la réception du film cinématographique. Par ailleurs, il s'intéresse, entre autres, à l'analyse sémiotique des expressions artistiques en Algérie et la sémiotique des faits et des phénomènes au quotidien.

La sémio-pragmatique : Une approche communicationnelle du film cinématographique.

La sémio-pragmatique du film de cinéma, développée essentiellement dans les travaux de Roger Odin, est d'une certaine manière la retombée des remarques de Christian Metz sur la manière dont le film naît par le regard du spectateur. Elle emprunte à la sémiologie ses concepts et ses méthodes, considère la relation du film avec son spectateur, et *l'institution* où il est présenté. Non seulement, la sémio-pragmatique se donne comme mission de *comprendre comment le film est compris* par l'analyse du signe

au cinéma, tel qu'il est le cas dans le projet sémiotique de Metz, mais aussi de comprendre la relation affective qu'entretient le spectateur avec le film.

Elle ne s'impose pas comme une alternative à la sémiotique, elle ouvre plutôt le champ de l'analyse sémiotique du film, souvent textuelle, à des problématiques plus contextuelles. Au moment où ces approches sémiotiques textuelles du cinéma ne s'intéressent qu'au contenu manifeste des films, et restent presque toujours à la surface du texte, négligeant ainsi d'autres éléments *du processus de communication du film* : L'énonciation filmique et notamment la réception du film ou le moment de l'appropriation du film par son spectateur. L'approche sémio-pragmatique se propose de combler ces lacunes, en élargissant le champ d'étude vers le contexte.

Le processus de communication du cinéma est envisagé, par la sémio-pragmatique, comme étant une relation entre un destinataire et un destinataire dans le but de transmettre une signification ; elle ouvre le champ de l'analyse sémiotique du film vers des problématiques communicationnelles et contextuelles. Nous la pensons plus appropriée pour l'étude de la communication signifiante dans sa dimension dynamique, c'est-à-dire, envisagée en tant que processus. Ainsi, si la sémiotique s'impose, de fait, comme l'approche générale de la communication signifiante, une ouverture pragmatique serait nécessaire pour l'étude de ses processus.

Faisal SAHBI ([PhD student/University of Oran. Algeria, faisal.sahbi@hotmail.fr)

Faisal Sahbi, Algerian PhD student In information science and communication at the University of Oran, where he also teaches at the Faculty of Humanities. After obtaining an MA Diploma in Communication Sciences with a thesis entitled "The communication process of the motion picture", he is now working on his PhD thesis about "the impact of new media on the semiotics of receipt of the motion picture"

On the Other Hand He also focuses, among other things, on the semiotic analysis of artistic expressions in Algeria and the semiotics of the facts and phenomena in daily life.

The semio-pragmatic: A communicational approach of the cinematographic film.

The semio-pragmatic of a cinema motion picture, developed mainly in the works of Roger Odin, is in a way, the fallout of Christian Metz's remarks on how the film comes from the spectator. It borrows from semiology its concepts and methods, and considers the relationship between the film and its spectator, and the institution where it is presented. Not only the semio-pragmatic's mission is to understand how the film is understood by the means of the analysis of the sign in the cinema, as in the semiotic project of Metz, but also to understand the emotional connection that Lies between the spectator and the film

It is not necessary as an alternative to semiotics, rather it opens the field of semiotic analysis of the film, often textual, to more contextual issues. When these textual semiotic approaches of the cinema only take interest in the manifeste content of the films, and almost always remain on the surface of the text, neglecting other elements of the communication process of the film: The enunciation of the film, and in particular, the reception of the film or the time of the film ownership by its spectator. The semio-pragmatic approach aims to fill these gaps, by extending the scope of study to the context. The communication process of the cinema is considered by the semio-pragmatic, as a Sender/Receiver Relationship in order to convey a meaning, it opens the field of semiotic analysis of the film to communicational and contextual problems. We believe it is more appropriate for the study of meaningful communication in its dynamic dimension, that is to say, seen as a process. Thusly if semiotics is required, de facto, as the general approach to meaningful communication, a pragmatic openness is necessary to study its processes.

Cristina GRECO (Dip. Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Un. di Roma, cristina.greco@uniroma1.it È dottoranda in Scienze della Comunicazione. Cura una rubrica dal titolo *Del dialogo e del confine* per la rivista Comunicazioneepuntodoc. La sua tesi si focalizza sullo studio del Graphic Novel fra narrazione e testimonianza. Si è occupata della riflessione sul fumetto come luogo di rivalorizzazione della memoria collettiva, oltre ad aver tenuto seminari sull'analisi delle arte sequenziale. La sua prima pubblicazione al riguardo è *Con la china in testa. Fumetto e memoria culturale* (2009). Si prepara a svolgere un periodo di ricerca presso l'Università Cattolica di Louvain (Belgio).

La costruzione di un'identità del conflitto nel reportage a fumetti. Il caso de *Il fotografo*.

L'intento della presente proposta è quello di indagare le modalità di costruzione dell'identità del conflitto all'interno del fumetto di realtà. In particolare, il riferimento è al reportage a fumetti e all'ipotesi che ad

esso si possa guardare come a un luogo di rappresentazione della complessità degli attori protagonisti, delle ragioni e dei contesti storici delle guerre, laddove altre forme di comunicazione si limitano a riportare gli episodi drammatici come isolati.

Si tratta di narrazioni edificate sulla cooperazione tra storie individuali e riferimenti collettivi, al fine di dare senso a un'esperienza radicata - come quella del conflitto prolungato - che ingloba e, allo stesso tempo, si regge su individuali coinvolgimenti affettivi.

È possibile dunque che gli avvenimenti dopo essere stati percepiti e conservati in quanto ricordi, possano essere restituiti in forma narrativa dando vita a un dispositivo di conferimento del sapere che scava sino alle radici del conflitto per far emergere non soltanto attori, fatti e contesti sociali, ma anche i significati simbolici e le disposizioni ideologiche dei simulacri implicati a vario titolo nella narrazione.

Proporremo lo studio di un caso specifico e particolare di reportage a fumetti. Si tratta dell'opera del disegnatore e illustratore francese Emmanuel Guibert, *Il Fotografo* (Coconino Press – Fandango, 2010). In collaborazione con il fotogiornalista Didier Lefèvre, l'autore dà vita a una narrazione innovativa che mescola in modo inestricabile reportage fotografico e disegno, per raccontare l'esperienza della guerra russo-afghana, immortalata dagli scatti del fotoreporter ottenuti durante una spedizione di Medici Senza Frontiere. I passaggi mancanti di quella storia che Lefèvre ha riportato con la fotografia, vengono narrati attraverso il disegno che riempie il vuoto delle cose viste, ma raramente mostrate al lettore lontano nello spazio e nel tempo. Questa opera nasce come volontà di assicurare la memoria di un conflitto; non solo. Essa giunge come testimonianza di un'idea di guerra - ormai così aggrappata ai luoghi e a chi li abita - in grado di rivelare un'identità del conflitto, che emerge dalle immagini inedite di ciò che è ricordo e al contempo nuova informazione, volta a rievocare ciò che non ci era noto.

Cristina GRECO – Département de Communication et Recherche Sociale, Sapienza Università de Rome

Elle est doctorante en Sciences de la Communication et curateur de la rubrique *Du Dialogue et de la Frontière* pour *Comunicazionepuntodoc Magazine*. Sa thèse de doctorat a pour objet d'étude le Graphic Novel entre témoignage et fiction. Elle a travaillé sur la BD comme un lieu de revalorisation de la mémoire collective et elle a fait deux séminaires sur l'analyse de l'art séquentiel. Sa première publication, à cet égard, est *Avec l'encre de chine en tête.. La BD et la mémoire culturelle* (2009). Elle fera une période de recherche à l'Université Catholique de Louvain (Belgique).

La construction d'une identité du conflit dans la BD reportage. Le cas de *Le photographe*.

L'objectif de cette proposition est l'étude des modalités de construction d'une identité du conflit dans la Bande Dessinée. En particulier, on parle de la BD reportage, dans l'hypothèse où il est possible de la considérer comme un lieu de représentation de la complexité des principaux acteurs des contextes historiques des raisons de la guerre, où d'autres formes de communication nous rapportent les événements dramatiques comme isolés.

Ils sont narrations construites sur la coopération entre les histoires individuelles et collectives, afin de donner un sens à une expérience ancrée, comme le conflit prolongé. Il comprend et, en même temps, il se fonde sur une implication émotive individuelle.

Donc, il est possible que les événements, après qu'ils ont été conservés comme souvenir, ils peuvent être redonnés par le dispositif narratif et conférer savoir qui descend vers les racines du conflit pour faire ressortir non seulement les acteurs, les événements et les contextes sociaux, mais aussi les dispositions idéologiques des simulacres et les significations symboliques impliqués à divers titres dans le récit.

Nous proposerons l'étude d'un cas particulier de BD reportage. C'est l'oeuvre du dessinateur et illustrateur français Emmanuel Guibert, *Le photographe* (Coconino Press - Fandango, 2010). En collaboration avec le photojournaliste Didier Lefèvre, l'auteur réalise une narration innovante: l'intégration entre reportage photographique et dessin, avec l'objectif de raconter l'expérience de la guerre russo-afghane, pendant une expédition de Médecins Sans Frontières. Lefèvre a rapporté, par la photographie, les étapes manquants de cette histoire, racontés par le dessin qui remplit le vide de choses vues, mais rarement montrés au lecteur loin dans l'espace et du temps. Cette oeuvre naît comme une volonté d'assurer la mémoire du conflit; de plus, il arrive comme une témoignage – maintenant liée aux lieux et leurs habitants – qui peut révéler une identité du conflit. Il émerge par les images inédites de ce qui est mémoire et, en même temps, nouvelle information, orientée à rappeler qu'il n'est pas connu.

Rafael G. LENZI (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, lenzirafael@yahoo.com.br)

Ph.D Student at PUCSP in the program Communication and Semiotics. Has obtained a FAPESP scholarship, with the research project "The confrontation Man VS Ego in antics and modern times". This research is a deepening of the master graduation research. The theoretical basis is the discourse semiotics and the study objects are comic books. For this present research, it is taken as main objective to find the universality of this confront, whether in mythic or mediatic texts.

Ressemantizations of modern enunciatee in Ramayan 3392 A.D.

On this essay it is intended to show how the modern media comic book transmits ancient myths to its enunciatees, making part of a re-signification process of the modern individual. For such it is used as study object passages of the work *Ramayan 3392 A.D.*, which in its turn consists in a re-imagination on comic books, according to its authors, of the epic myth Ramayana. In this way the original myth is the starting point and also, as there are no big escapes from the original plot, all the narrative axis of *Ramayan 3392 A.D.* It is investigated here how myths, in this case shown by the format comic books, offer to the enunciatee firstly entertainment, through narrative and dramatics, overlaid by appropriated aesthetic patterns, in order that the mythological function becomes able to finally reach the enunciatee, appealing not only to its judgments and sanctions of logical order, but also pathemics, specifically regarding belief's relation. Secondly a sociosemiotics analysis is done, based on E. Landowski's works (2006) concerning the sense interaction regimes, as seen on the analyzed work. Through this exploration it is intended to raise possibilities of reception and interpretation of *Ramayan 3392 A.D.*'s visuality and culture by its enunciatee. Thus, it is worked here on ancient myths and axiologies' transmission process in modernity, as well as on this content's apprehension by the enunciatee through "fractures", as exposed by Greimas (2002). For this paper analysis the discursive semiotics present on Greimas', Floch's and Landowski's works, is used as theoretical basis. For further theoretical supports we take, among others, Eliade's and Morin's works. This essay regards the domain Culture and Visuality, for it deals with comic books texts' visuality and its relations with modern day's enunciatee.

Rafael G. LENZI (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, lenzirafael@yahoo.com.br)

Étudiant du cours de Doctorat de la PUCSP du Programme de Post-grade en Communication et Sémiotique. Obtenu une bourses d'études de la FAPESP, avec le projet de recherche « La confrontation de l'Homme vs Ego dans les temps modernes et antiques ». Cette recherche est un approfondissement de celle de la maîtrise. Les fondements théoriques sont de la sémiotique du discours et l'objet d'étude sont les bandes dessinées. Pour ce travail, nous avons comme l'objectif principal de trouver l'universalité de ce confrontation que se soit dans les textes mythiques ou médiatiques.

Resémantizations de l'énonciataire moderne en Ramayan 3392 A.D.

Dans cette recherche le propos est de montrer comment les actuelles bandes dessinées transmettent des mythes antiques à ses énonciataires. Cette transmission possibilite une opération de ré-signification de l'individu moderne qui doit être étudiée avec attention en raison de son importance dans l'existence des êtres. Pour cette étude on a utilisé comme objet d'investigation la revue *Ramayan 3392 A.D.*, qui à son tour consiste en une ré-actualisation en bande dessinée, selon ses auteurs, du mythe épique Ramayana. De cette façon le mythe originel est le point de départ de cette opération de traduction, et comme il n'y a pas de grandes évasions dans l'intrigue originel, tout l'axe narratif de *Ramayan 3392 A.D.* On essaye de découvrir comment les mythes offrent à l'énonciataire d'abord du divertissement, par des chemins narratifs et dramatiques, superposés par des motifs esthétiques respectifs, afin que la fonction mythologique devienne capable de finalement atteindre l'énonciataire, en train de faire un appel non seulement à ses jugements et sanctions d'ordre logique, mais aussi pathémiques, spécifiquement en regardant la relation de croyance du lecteur. Deuxièmement fut réalisé une analyse sociosémiotique, fondée sur les travaux d'Eric Landowski (2006) en regardant les régimes d'interaction et leurs correspondances aux constructions des régimes du sens. Cette exploration vise amplifier les possibilités de l'apprehension et de l'interprétation de l'énonciataire de la visualité et de la culture présente dans *Ramayan 3392 A.D.* Dans cette approche du processus de transmission des mythes antiques et de ses axiologies dans la modernité, les études des fractures (Greimas, 1987) on permet structurer le parcours de compréhension de l'énonciataire. Pour cette analyse ont été utilisés les bases théoriques de la narrativité et de la discoursivité présentées dans les oeuvres de Greimas, Floch et Landowski. Il y a d'autres supports théoriques supplémentaires, comme les oeuvres d'Eliade et de Morin. Cet essai s'insère dans le domaine

Culture et Visuality parce qu'il traite de la visibilité de les bandes dessinées, que nous a permit de mettre en évidence leurs qualités plastiques, les opérations de traductions, les interactions entre l'énonciateur et l'énonciataire de nos jours actuels.

Matteo TRELEANI (Institut national de l'audiovisuel; Université Paris Diderot; mtreleani@ina.fr)

Matteo Treleani è dottorando all'Università Paris Diderot con una fellowship dell'Ina dov'è ricercatore. La sua tesi tratta le questioni semiotiche relative alla valorizzazione del patrimonio audiovisivo attraverso i nuovi media. La tesi è diretta all'Ina da Bruno Bachimont e a Paris Diderot da Marc Vernet. Insegna come chargé de cours l'estetica televisiva e i nuovi media all'Università Paris – Est – Marne la Vallée. Si è laureato in semiotica a Bologna nel 2007. E' inoltre giornalista pubblicista e membro del comitato di selezione del Festival International Jean Rouch dal 2007.

Per una semiotica dell'archivio. Gli archivi audiovisivi on-line e le questioni della ricontestualizzazione

Nell'intervento s'intende osservare un caso specifico della ricerca dottorale che funziona da paradigma della problematica più generale della ricontestualizzazione degli archivi audiovisivi conseguente alla digitalizzazione. Si tratta di un'analisi comparata di due rimediazioni (Bolter e Grusin) di uno stesso documento audiovisivo, effettuate dall'Ina. L'analisi comparata permette di osservare in primo luogo l'influenza del contesto sul documento : ogni rimediazione dà luogo a diversi percorsi interpretativi. In secondo luogo ci permette di modellizzare il gap d'intelligibilità (Bachimont) attraverso una prospettiva semiotica.

Il video è un cosiddetto reportage di "anticipazione" diffuso dai cinegiornali francesi il primo gennaio 1947. Il reportage parla di un futuro in cui le strade di Parigi saranno controllate da un sistema di telecamere permettendo ai poliziotti di starsene comodamente seduti in ufficio a sorvegliare le strade. Gli interventi della polizia avranno luogo solo in caso d'infrazione. Intitolato "La vidéosurveillance avant l'heure", il video propone dunque un futuro possibile con un anticipo di cinquant'anni che oggi resta d'attualità ma lo affronta da un punto di vista "altro", dipendente dal suo contesto storico.

Il documento è stato ricontestualizzato in due modi diversi dall'Ina: sul suo sito Ina.fr e sul Blog dell'Ina, Blognote, dove un breve paragrafo e un altro titolo commentano i contenuti. Attraverso un'analisi comparata si osserverà come due diverse ricontestualizzazioni diano luogo a due strutture semiotiche.

Pubblicati su dei nuovi supporti, utilizzati come contenuti mediatici, gli archivi audiovisivi digitalizzati pongono dunque diversi problemi semiotici. Un nuovo contesto storico e un nuovo contesto mediatico ne influenzano il senso e il valore. La semiotica, attraverso l'oggetto dell'archivio audiovisivo ricontestualizzato, può farsi disciplina federatrice, capace di mediare tra l'ermeneutica e la filologia, studiando le strategie della memoria come trasmissione grazie ai nuovi media. L'archivio, passando dalla logica dell'accesso a quella della diffusione, si fa produttore di senso attraverso i documenti storici, veicola la memoria in un discorso al tempo stesso mediatico, nell'uso dei documenti come contenuti, e storico, nell'uso di documenti come esternalizzazioni della memoria (Stiegler).

L'intervento si propone di osservare come la semiotica possa affrontare e tradurre il problema della ricontestualizzazione degli archivi.

Matteo TRELEANI (Institut national de l'audiovisuel; Université Paris Diderot. mtreleani@ina.fr)

Matteo est doctorant à l'Université Paris Diderot en convention CIFRE (fellowship industriel) avec l'Ina, où il est chercheur. Sa thèse porte sur les enjeux sémiotiques de la valorisation des archives audiovisuelles à travers les nouveaux médias. Il est dirigé à Paris Diderot par Marc Vernet et à l'Ina par Bruno Bachimont. Il a obtenu son Master en sémiotique à l'Université de Bologne en 2007. Il enseigne l'esthétique télévisuelle et les nouveaux médias comme chargé de cours à l'Université de Paris-Est Marne la Vallée. Il est également journaliste et il fait partie du comité de sélection du Festival International Jean Rouch (Comité du Film Ethnographique) depuis 2007.

Pour une sémiotique de l'archive. Les archives audiovisuelles en ligne et les enjeux de la recontextualisation.

La communication vise à étudier un cas spécifique de la recherche doctorale qui s'offre comme paradigme d'une problématique plus générale concernant la recontextualisation des archives audiovisuelles suite à leur numérisation. Il s'agira d'une analyse comparée d'un document audiovisuel dans deux remédiation (Bolter et Grusin) opérées par l'Ina. L'analyse permet de voir en premier lieu l'influence du contexte multimédia sur le document: chaque remédiation donne lieu à différents parcours interprétatifs. En

deuxième lieu ça nous permet de modéliser la question du fossé d'intelligibilité (Bachimont) d'un point de vue sémiotique.

La vidéo est un reportage d'anticipation diffusé par l'ORTF le premier janvier 1947. Le reportage raconte un futur possible où les rues de Paris seront contrôlés par des caméras de vidéosurveillance ce qui permettra aux agents de police de surveiller la ville des bureaux de la Préfecture. Titré "La vidéosurveillance avant l'heure" la vidéo propose un futur possible qui est devenu presque réel mais l'actualité d'aujourd'hui approche la question d'un point de vue "autre", qui dépend du contexte historique. Le document a été recontextualisé à travers deux remédiation: sur le site Ina.fr et sur le Blog de l'Ina, Blognote. A travers une analyse comparée l'on observe que les deux recontextualisation donnent lieu à deux structures sémiotiques différentes. Publiées sur des nouveaux supports, utilisées comme des contenus médiatiques, les archives audiovisuelles numérisées posent des questions sémiotiques intéressantes. Un nouveau contexte historique et un nouveau contexte de diffusion en influence le sens et la valeur archivale. La sémiotique grâce à l'objet de l'archive audiovisuelle recontextualisée, peut devenir une discipline fédératrice, capable à médier entre l'hermeneutique et la philologie en étudiant les stratégies de la mémoire comme transmission à travers les nouveaux médias. L'archive, passée de la logique de l'accès à celle de la diffusion, véhicule la mémoire dans un discours autant médiatique, dans l'utilisation des documents comme contenus, qu'historique, dans l'utilisation des documents comme externalisations de la mémoire (Stiegler).

La communication vise à voir comment la sémiotique peut approcher la question et la traduire dans son langage.

Tatsuma PADOAN (LISaV e Università Ca' Foscari di Venezia, tatsuma.padoan@unive.it)

Tatsuma Padoan è professore a contratto presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, dove insegna Storia della Filosofia e delle Religioni del Giappone. Nel 2011 ha conseguito il dottorato di ricerca in Studi sull'Asia Orientale presso la stessa Università, con uno studio su *Attori, reti e linguaggi dell'esperienza religiosa. Indagini semiotiche sulle strategie di enunciazione nel discorso religioso giapponese*. È inoltre socio del LISaV (Università IUAV di Venezia) ed è stato visiting research student in Study of Religions presso la SOAS (University of London), e research student in Antropologia Culturale presso l'Università Keio di Tokyo, compiendo attività di ricerca sul campo in Giappone.

Please do it at home. Simulacri prescrittivi e negoziazione di valori nella comunicazione visiva della Tokyo Metro

Nel settembre 1974 la compagnia ferroviaria metropolitana Tokyo Metro diffuse, all'interno delle proprie stazioni e vetture in servizio nella capitale giapponese, una serie di poster che invitava, in maniera umoristica, a rispettare le "buone maniere" negli scompartimenti dei treni. Il nome che venne assegnato a questo tipo di avvisi fu quello di *Manner Poster*. Da allora tale iniziativa venne replicata di mese in mese, cambiando di volta in volta messaggi e immagini, ma mantenendo un format annuale.

Le tre edizioni che vanno dal 2008 al 2010 colpiscono in modo particolare, sia per la loro ironia che per la loro incisività. Prodotte dal graphic-designer Yorifuji Bunpei, esse raffigurano – in stile vignettistico e con l'utilizzo dei colori bianco, nero e giallo – situazioni narrative all'interno di stazioni e scompartimenti della metropolitana, in cui uno o più individui, sotto gli occhi sbigottiti di altri passeggeri, compiono azioni considerate "maleducate". Le immagini presentano una grande varietà di tali situazioni, che vanno dall'occupare i posti riservati ad anziani e donne incinte, al correre cercando di entrare nelle vetture durante la chiusura delle porte, dal gettare fazzoletti a terra, al bloccare il passaggio con i propri bagagli e zaini. Ma la casistica dei "comportamenti maleducati" si fa alquanto elevata. Essa comprende infatti il consumare alimenti a bordo dei treni, rifarsi il trucco, conversare al cellulare, bagnare gli altri passeggeri con l'ombrello inzuppato, fino al rotolarsi a terra ubriachi e fare ginnastica attaccati alle maniglie della metropolitana. In realtà le immagini suggeriscono sequenze narrative di tipo paradossale, vere e proprie iperboli visive che esagerano le azioni ritenute maleducate, cercando di enfatizzare gli effetti negativi che queste hanno sugli altri passeggeri. I soggetti maleducati vengono chiaramente distinti per tratti *cromatici*, *topologici* ed *eidetici* dagli altri passeggeri e dagli ambienti raffigurati, al fine di indicare il carattere *non appropriato* del loro comportamento. Le vittime ritratte, caratterizzate da grandi occhi sporgenti e circolari, sono Destinanti che ci presentano, attraverso il loro sguardo, la sanzione negativa del gesto maleducato, un universo di valori che deve essere adottato per garantire il buon funzionamento dei rapporti sociali. E i messaggi riportati sopra l'immagine sembrano non lasciare dubbi su chi siano gli Enunciatari dei poster:

“Please do it at home”, recita quello sopra il divoratore di *ramen* istantaneo (tagliatelle in brodo), “Please do it at the office” dice il messaggio sopra l’immagine dell’uomo d’affari impegnato a scrivere conversando al cellulare. I *Manner Posters* sono prima *prescrittivi* e poi *interdittivi*: il dover-non-fare *deontico* viene cioè assunto dall’Enunciataro solo successivamente. Esso viene preceduto da un messaggio (“Please do it at home”) che, a detta dello stesso autore Yorifuji, “veicola la repressa frustrazione del tipico pendolare” che subisce gli *effetti passionali* del comportamento maleducato. I poster in altre parole costruiscono l’identità dei passeggeri della metro, sottoponendo ognuno allo sguardo/giudizio degli altri pendolari, e prescrivendo *situazioni e luoghi adatti* a compiere determinate azioni. Essi si fanno “ordinatori del vivere comune”, investendo *timicamente* i *programmi narrativi* quotidiani, a seconda delle *localizzazioni spazio-temporali* in cui questi vengono inseriti.

Una analisi di tale discorso di “etichetta metropolitana”, e del suo sviluppo lungo le tre diverse edizioni, rivela in particolare una differenziazione linguistica e visiva dei *simulacri identitari* prescritti, che si rifà a modelli di comportamento e di socialità tra loro molto diversi a seconda che il *fare persuasivo* dei poster sia rivolto a passeggeri *giapponesi o stranieri*. Si tenterà dunque di dimostrare come da un lato, le interazioni tra attori-poster e attori umani cerchino di definire regimi differenziati di enunciazione *politica e giuridica* (Latour 1999), dall’altro come successive traduzioni in chiave parodistica dei *Manner Poster* – che sono immediatamente proliferate sul web e su varie riviste in Giappone – abbiano poi portato anche a forme di negoziazione dei valori prescritti e dei legami sociali instaurati.

Tatsuma PADOAN (LISaV e Università Ca’ Foscari di Venezia, tatsuma.padoan@unive.it)

Tatsuma Padoan is part time lecturer in Japanese Religions at Ca’ Foscari University of Venice. In 2011 he received his PhD in East Asian Studies from Ca’ Foscari University of Venice, with a thesis entitled: *Actors, Networks, and Languages of the Religious Experience. Semiotic Investigations on the Strategies of Enunciation in Japanese Religious Discourse*. He is member of the International Semiotics Laboratory of Venice (LISaV, IUAV University of Venice). He has been visiting research student in Study of Religions at SOAS (University of London), and research student in Cultural Anthropology at Keio University of Tokyo, while undertaking fieldwork activity in Japan.

Please do it at home. Prescriptive Simulacra and Negotiation of Values in the Visual Communication of Tokyo Metro

In September 1974 the Tokyo Metro subway company spread a series of posters which invited, in a humoristic style, to respect the “good manners” inside its stations and trains in service in the Japanese capital. The name assigned to these adverts was *Manner Poster*. From then on, this initiative was repeated every month, by changing every time messages and images, but maintaining an annual format.

The three editions from 2008 to 2010 are particularly striking for their irony and visual impact. Produced by the graphic designer Yorifuji Bunpei, they depict – in a comic-strip style and using white, black and yellow colours – narrative situations inside the subway stations and trains, where one or more persons perform, under the astonished eyes of the other passengers, actions considered as “ill-mannered”. The images present a large variety of such situations, ranging from occupying priority seats for elderly people and pregnant women, to rushing to board as the doors are closing, from throwing waste tissues on the ground, to blocking entrances with suitcases and backpacks. But the range of “ill-mannered behaviours” becomes quite wide. Indeed, it also includes eating food inside the trains, applying makeup, talking on mobile phones, pouring water on the other passengers while shaking the umbrella, falling down drunk and doing gym exercises in the metro. The images actually suggest paradoxical narrative sequences, visual hyperboles which exaggerate actions considered as impolite, trying to emphasize the negative effects on the other passengers. The bad-mannered subjects are visually distinct from the other passengers and from the portrayed settings according to different *chromatic, topological* and *eidetic* traits, in order to indicate the *improper* character of their behaviour. The victims, depicted with large bulging eyes, are Senders who perform through their gaze the negative sanction of the ill-mannered action, presenting an universe of values which has to be adopted, in order to guarantee the good functioning of the social relations. And the messages written above the images do not leave any doubts about the targeted Enunciatees of the posters: “Please do it at home”, says the one above the instant *ramen* (noodles soup) devourer, “Please do it at the office” says the message over the businessman engaged in writing notes while talking on the phone in the train. *Manner Posters* are first *prescriptive* and then *interdictive*: the *deontic* “having-not-to-do” is assumed by the Enunciatee only successively. It is preceded by a written message (“Please do it at home”) which,

according to the same author Yorifuji, conveys “the repressed frustration of the typical commuter” who is emotionally affected by the impolite behaviour. These posters, in other words, construct a form of identity for the metro passengers, posing everyone under the gaze/judgment of the other commuters, and prescribing *situations and places which are appropriated* to take specific courses of action. They are “regulators of the social life”, which charge everyday narrative programs with thymic values, according to the spatial-temporal localisation in which they are inserted.

An analysis of this “subway etiquette” discourse and of its development along the three editions, reveals a particular linguistic and visual differentiation of the prescribed *simulacra* of identity, which points to models of behaviour and sociality very different between each other, according to the Japanese or foreign origin of the passengers to which the poster’s persuasive action is directed. I will therefore try to demonstrate, on the one hand, how the interactions between poster-actors and human actors try to define distinct regimes of *political* and *juridical* enunciation (Latour 1999), and on the other hand, how parodic translations of the *Manner Posters* – which immediately proliferated on web-sites and magazines in Japan – also lead to modes of negotiation of the values and social bonds prescribed.

Alessandra GIANNUZZI (Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”, alegiannuzzi@libero.it)

Laureata in storia greca presso l’*Università Cattolica del Sacro Cuore* di Milano, Alessandra Giannuzzi consegue l’abilitazione all’insegnamento secondario e da allora insegna nei licei della provincia di Milano. Nell’A.A. 2009/2010 consegue il master 2-recherche presso l’*Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales* di Parigi. Nel dicembre scorso risulta vincitrice del dottorato di ricerca in *Ecdotica, esegesi e analisi linguistica di testi antichi e moderni* all’*Università degli Studi di Urbino “C. Bo”*.

Elementi antropopietici in due giuramenti ateniesi

L’**identità nazionale e culturale** è uno dei temi più attuali nella società contemporanea. Se ne è parlato per la costituzione dell’Unione Europea, per il confronto che si è imposto tra Occidente cristiano e Oriente islamico e, relativamente all’Italia, per il centocinquantenario dell’Unità Nazionale. Ogni entità che si trova a dover riflettere sulla propria identità fa leva su simboli, pratiche, oggetti, pensieri nei quali si possa riconoscere e che ne esprimono l’essenza. Se ora ci spostiamo in un passato remoto e in uno spazio individuato come esemplare nella ricostruzione della nostra civiltà e prendiamo in esame la democrazia ateniese, osserviamo che uno dei principi fondanti di quella grande democrazia era il giuramento. Si tratta, in questa sede, di considerare il giuramento come atto di discorso, che chiama in causa l’adozione di formule senza essere riducibile ad esse; anzi, come atti di semiosi verbale, ma non solo verbale, che istituisce un particolare vincolo tra chi lo pronuncia e le altre entità chiamate in causa.

L’oratore ateniese di IV sec. Licurgo affermava che il **giuramento** è il vincolo che tiene insieme la democrazia; infatti lo stato si compone di tre elementi essenziali, l’arconte, il giudice e il privato cittadino, e ognuno di loro presta giuramento. Nel IV secolo ad Atene la democrazia entra in crisi, perciò l’affermazione di Licurgo suonava come un richiamo ai principi fondamentali non solo della costituzione, ma anche dell’essere uomini e cittadini.

Risalendo al tempo in cui la **democrazia** raggiunse la sua più completa attuazione, il V sec., l’importanza e la diffusione della pratica del giuramento sono lampanti. Giuravano gli efebi ateniesi per entrare a far parte del corpo civico, i vari magistrati all’inizio e nel corso della carica, nei rapporti esteri le varie città o le leghe interstatali, i giudici e le parti in causa, i funzionari del tempio e i sacerdoti. I giuramenti regolavano anche le transazioni, gli scambi commerciali e tutti i tipi di contratto. Insomma, un giuramento scandiva la vita di un cittadino sia nelle sue funzioni pubbliche sia in quelle private.

Il giuramento antico, più di quello moderno, è un **atto religioso** e per questo necessita di un rito per poter avere validità. Molti giuramenti vengono prestati a contatto con pietre e rocce. In generale, ogni giuramento aveva luogo in un tempio, qualche volta dedicato a questa pratica, altre scelto in base all’occasione o alla comodità dei giuranti. La posizione del giurante è in piedi, con gli occhi al cielo e le mani tese per rivolgersi alla divinità invocata. Molto spesso si tocca l’altare e, qualora sul posto si trovi anche una statua di un dio, allora si toccano entrambi. Nella maggioranza dei casi il giuramento è accompagnato da un sacrificio e, in caso di particolare solennità, si toccano le ceneri delle vittime bruciate o si sta in piedi sui pezzi di carne. Anche lo stringersi la mano destra o bagnare le armi e le mani nel sangue potevano essere gesti significativi.

Per quanto concerne le parole e le parti del discorso pronunciate, non è possibile ricavare uno schema fisso, perché i testi riportano giuramenti con caratteristiche troppo legate alla contingenza per poterle ricondurre a strutture universali. Nonostante ciò, oltre alla dichiarazione dell'oggetto del giuramento, due sembrano gli elementi che con maggiore assiduità ricorrono nei testi: l'invocazione di una o più divinità o forza cosmica a testimone e una maledizione finale che colpisca gli eventuali spergiuri.

Il giuramento, dunque, è un **discorso sociale**, ossia che incide in modo profondo sul tessuto civico, dato che serve a sancire patti, a fornire garanzie, a stipulare accordi, ma soprattutto a caratterizzare un vero cittadino politicamente attivo nella propria città. L'analisi di alcuni testi di giuramento particolarmente significativi può mostrare come un giuramento, ordinario o legato a un determinato momento storico, riveli quale fosse il modello di cittadino che la comunità richiedeva, quali teorie politiche movimentavano l'opinione pubblica, come si scegliesse un leader politico e, in generale, quali fossero i principi di identità che tenevano insieme la comunità dei cittadini.

Alessandra GIANNUZZI (Università degli Studi di Urbino "C. Bo", alegiannuzzi@libero.it)

Une fois obtenu le diplôme en histoire grecque auprès de l'Université Catholique del Sacro Cuore de Milan, Alessandra Giannuzzi reçoit l'habilitation pour l'enseignement secondaire et elle enseigne aux lycées de la province de Milan. Pendant l'A.A. 2009/2010 elle obtient le master 2-recherche auprès de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales de Paris et, en décembre dernier, le doctorat de recherche en *Ecdotique, exégèse et analyse linguistique des textes anciennes et modernes* auprès de l'Università degli Studi di Urbino "C. Bo".

Éléments anthropopoiétiques dans deux serments athéniens

L'**identité nationale et culturelle** est un des thèmes parmi les plus actuels dans les débats de la société contemporaine. Il a été très important pour la constitution de l'Union Européenne, pour la comparaison entre l'Occident chrétien et l'Orient islamique et, quant à l'Italie, pour les cent cinquante ans de l'Unité Nationale. Chaque entité qui se trouve à réfléchir sur son identité fait pression sur des symboles, des pratiques, des objets ou des pensées dans lesquels elle peut se reconnaître et qui expriment son essence. Si maintenant l'on passe à un passé lointain et dans un espace considéré exemplaire pour la reconstruction de notre civilisation et l'on prend en examen la démocratie athénienne, alors on peut remarquer que l'un des principes fondamentaux de cette grande démocratie était le **serment**. Il s'agit ici de considérer le serment en tant qu'un acte de discours, qui implique l'utilisation de formules sans être réduit à celles-ci ; en tant qu'un acte de sémiotique verbale, qui crée un lien particulier entre celui qui le prononce et les autres entités impliquées.

L'orateur athénien du IV^{ème} siècle Lycurgue affirmait que le serment est le lien qui maintient la **démocratie** ; en effet, il y a trois éléments qui constituent l'État, l'archonte, le juge et le particulier ; de chacun entre eux on exige un serment comme garantie. Au IV^{ème} siècle la démocratie athénienne est en crise, donc l'affirmation de Lycurgue était comme un rappel aux principes fondamentaux pas seulement de la constitution, mais aussi de l'être des hommes et des citoyens.

En passant aux temps de la complète réalisation de la démocratie athénienne, c'est à dire au V^{ème} siècle, l'importance et la diffusion de la pratique du serment sont éclatantes. Les éphèbes athéniens prêtaient serment pour rentrer dans le corps civique, les différents magistrats au début et pendant leur fonction, les cités ou les fédérations pour les affaires étrangères, les juges et les parties en cause, les fonctionnaires du temple et les prêtres également. Les serments réglaient aussi les arrangements, les échanges commerciaux et tout type de contrat. En bref, un serment intéressait toute la vie d'un citoyen soit dans ses fonctions publiques soit dans celles privées.

Le serment ancien, plus qu'aujourd'hui, est un **acte religieux** et donc il a le besoin d'un rite pour être validé. Plusieurs serments sont prêtés en contact avec des pierres ou des rochers. En général, chaque serment était fait dans un temple, parfois dédié à cette pratique, autrefois choisi sur la base de l'occasion ou de l'aise du jurant. La position du jurant est debout, avec les yeux au ciel et les mains levées vers la divinité invoqué. Très souvent on touche l'autel et, si sur la place se trouve une statue du dieu, alors on touche les deux. Pour la plupart le serment s'allie à un sacrifice et, dans le cas d'une solennité particulière, on touche les cendres des victimes brûlées ou on reste debout sur les morceaux de viande. Même une poignée de main droite ou le bain des armes et des mains dans le sang pouvaient être des gestes significatifs.

Quant aux mots et les parties du discours prononcés, il n'est pas possible de récupérer un schéma fixe, puisque les textes relatent des serments trop particuliers pour en tirer des structures universelles.

Cependant, outre la déclaration de l'objet du serment, deux semblent les éléments récurrents dans les textes : l'invocation d'une ou plusieurs divinités ou forces cosmiques à témoin et une malédiction à la fin pour les possibles parjures.

Le serment, donc, est un **discours sociale**, c'est-à-dire qu'il a des répercussions sur le tissu civique en tant qu'il sert à sceller des pactes, à donner des garanties, à s'entendre, mais surtout à caractériser un vrai citoyen politiquement actif dans la cité. L'analyse de quelques textes de serment plus significatifs peut démontrer qu'un serment, ordinaire ou lié à un moment historique particulier, montre quel était le modèle de citoyen que la communauté demandait, quelles théories politiques agitaient l'opinion publique, comment un chef politique était choisi et, en général, quels étaient les principes d'identité qui maintenait ensemble la communauté des citoyens.

Simona STANO (Università degli Studi di Torino)

Simona Stano (Torino, 1984) è dottoranda in Scienze e Progetto della Comunicazione (XXVI ciclo) presso l'Università degli Studi di Torino da gennaio 2011. Laureatasi in Comunicazione Multimediale e di Massa presso il medesimo ateneo nel dicembre 2008, ha frequentato nel 2009/2010 un Master presso la UAB di Barcellona. Ha pubblicato diversi articoli scientifici nell'ambito della semiotica della cultura e degli studi visivi e urbani e ha partecipato ad alcuni convegni nazionali e internazionali. Attualmente svolge attività di ricerca nel campo della semiotica dell'alimentazione e della cultura, degli studi sui media e della narratologia.

Il cibo dell'Altro. Un approccio semiotico alla traduzione del codice alimentare

La cucina, e più in generale l'alimentazione, sono state spesso paragonate al linguaggio e alla comunicazione: una volta soddisfatto, "il primo dei bisogni" umani "si sviluppa al di là del proprio fine specifico" (Barthes 1961, 40) e si struttura diventando segno, ovvero "un comportamento [...] che sostituisce, riassume o segnala altri comportamenti" (*ibidem*). In altre parole, la cucina di una certa società si configura come "un linguaggio nel quale si traduce inconsciamente la sua struttura" (Lévi-Strauss 1965, 29), riflettendo a livello dell'espressione determinati sistemi di valori, rapporti sociali, credenze religiose e convinzioni ideologiche.

Proprio come il linguaggio, in effetti, "la cucina contiene ed esprime la cultura di chi la pratica, è depositaria delle tradizioni e dell'identità di gruppo" (Montanari 2006, VII). In quanto tale, essa non solo è veicolo di identità culturale, ma "il primo modo, forse, per entrare in contatto con culture diverse. [...] Più ancora della parola, il cibo si presta a mediare fra culture diverse, aprendo i sistemi di cucina a ogni sorta di invenzioni, incroci e contaminazioni" (*ibidem*).

Ma se il cibo è un linguaggio che riflette la struttura di una certa società e una forma di incontro tra diverse culture, come avvengono i processi di *traduzione* tra un sistema socioculturale e l'altro? Sulla scia di questa domanda, ci si propone di analizzare, avvalendosi *in primis* degli strumenti della semiotica ma anche di un costante dialogo con altre discipline quali l'antropologia, la sociologia e la storia dell'alimentazione, i processi di significazione legati all'universo della ristorazione etnica.

In base all'analisi della *materia*-cibo (gli ingredienti) e a un più ampio discorso sulle *pratiche* (di preparazione ma soprattutto di fruizione degli alimenti), senza dimenticare la dimensione *testuale* (le ricette e i menu), l'obiettivo della presente ricerca è quello di partire dall'osservazione di alcuni casi concreti (relativi alla cucina orientale – nello specifico, giapponese – così come viene esperita in un contesto occidentale) per ragionamenti di ordine teorico sul pasto etnico e più in generale sull'alimentazione, nonché sulle possibilità della semiotica di intervenire in una ricerca di questo tipo.

Partendo da considerazioni di ordine teorico in merito all'evoluzione degli studi sul cibo e l'alimentazione (dallo strutturalismo alle teorie più recenti, dalla semiotica alla sociologia e all'antropologia, nonché a discipline di matrice storica), si cercherà quindi nel corso dell'intervento di ricostruire brevemente il *background* concettuale entro cui si iscrive la problematica della traduzione del codice alimentare, facendo poi riferimento a due dimensioni spesso trascurate dalle analisi in questo ambito ma a nostro avviso di fondamentale importanza: da un lato, la dimensione *spaziale* (lo spazio in cui il pasto viene consumato, la spazialità interna ai piatti stessi, l'esistenza di opposizioni del tipo "dentro" vs "fuori", "interno" vs "esterno", ecc.); dall'altro, la *corporeità* (principio di incorporazione, il superamento di barriere fisico-corporee e culturali, ecc.).

In che modo il codice alimentare è portatore di determinati significati e marche identitarie? Come avviene la traduzione di simili marche da un codice alimentare all'altro? E cosa comporta sul piano della

significazione? Che ruolo assumono la dimensione spaziale e il corpo in simili processi? E come può un approccio semiotico contribuire a cogliere la specificità di simili trasformazioni e descriverne i vincoli e gli effetti? Questi sono i principali temi intorno a cui si ragionerà.

Simona STANO (University of Turin)

Simona Stano (Turin, 1984) is a PhD student in Communication Sciences and Project (26th cycle) at the University of Turin since January 2011. Graduated in Mass and Multimedia Communication in December 2008 from the same university, she attended in 2009/2010 a Postgraduate Course at the UAB (Barcelona). She has published some papers in the field of semiotics of culture, visual and urban studies and lectured at some national and international conferences. Presently she is carrying out some research on semiotics of food and culture, as well as on media studies and narratology.

Eating the Other. A semiotic approach to the translation of the culinary code

Eating, and more generally food, are often compared to language and communication: once satisfied, the first human need “develops beyond its own ends, replacing, summing up, and signaling other behaviors, and it is precisely for these reasons that it is a sign” (Barthes 1961, 25). In other words, “cooking contains and expresses the culture of those who practice it, it is the depository of the group tradition and identity” (Montanari 2006, VII). As such, it “is not only an instrument of cultural identity, but perhaps the first way to come into contact with different cultures. [...] More than language, food is suitable for mediating among different cultures, opening the cooking systems to all sorts of inventions, crossbreeds and contaminations” (*ibid.*).

But if food is a language that reflects the structure of a society as well as a form of encounter between different cultures, how does the translation process between a sociocultural system and another take place? Considering this question, we aim at analysing, primarily adopting a semiotic approach but also through a constant dialogue with other disciplines such as anthropology, sociology and food history, the signification processes related to the field of ethnic food.

Building on the analysis of the *food-material* (the ingredients), the *textual dimension* (the recipes and the menus) and the *practices* (of preparation but especially consumption of different dishes), the purpose of this research is to move from the analysis of some specific cases (referred to Asian –and, specifically, Japanese– cuisine as it is experienced in the Western context) to present some theoretical arguments about ethnic cooking and more generally food, pointing out the abilities of the semiotic approach and its analysis tools to take part in such a research.

Referring to the main theoretic considerations on the evolution of food studies (from structuralism to the latest theories, from semiotics to sociology, anthropology and historical approaches), we will seek, during the speech, to briefly reconstruct the conceptual background in which the problem of culinary translation is inscribed, then focusing on some issues until now not so investigated by food studies but in our opinion very important: the *spatial* dimension (the space where food is eaten, the space inside the plate, the presence of oppositions in terms of “inside” vs. “outside” and “internal” vs. “external”, etc.), and *corporeality* (the principle of incorporation, the crossing of the barriers between the inside and the outside of the body, etc.).

How does the culinary code convey certain meanings and identity marks? How does the translation of such marks from a culinary code to another take place? And what does it imply on the level of signification? What is the role of spatial dimension and corporeality in such processes? And how can a semiotic approach concur to catch the specificity of these transformations and describe their constraints and effects? These are the main issues we will deal with.

Paolo ODOARDI (The Family Network – <http://www.thefamilynetwork.it>, p.odoardi@thefamilynetwork.it)
Paolo Odoardi è dottore di ricerca in Semiotica, titolo conseguito presso l'Università di Bologna. Attualmente si occupa di consulenza nell'ambito della ricerca di mercato, del branding e dell'advertising, presso l'agenzia The Family Network.

Semiotica e packaging: l'oro di Modena

Il lavoro di ricerca semiotica che si intende presentare è di carattere applicativo in quanto riprende parte di una operazione di consulenza professionale svolta nel settore dell'enogastronomia, in relazione all'aceto balsamico "a marchio modena". Lo studio, per Acetaia Cremonini, è stato svolto all'interno del network di consulenza TFN. Su richiesta dell'azienda si è operata una ricerca di natura semiotica sulla struttura del mercato. L'analisi ha condotto alla proposta di una possibile ristrutturazione semantica capace di creare una nuova posizione per il prodotto. Si è scelto di affidare la proposta di risemantizzazione e riposizionamento agli aspetti di immagine e comunicazione, declinandola su tutti i supporti del communication mix, in particolare con uno studio specifico sul packaging. A fronte di un mercato articolato legislativamente, su una bipartizione di carattere discreto tra prodotto DOC e IGP, si è proposto di ristabilire un'idea di un'articolazione di carattere continuo, capace di creare uno spazio mediano nel quale posizionare il prodotto. L'originalità dell'operazione sta nella ridefinizione semiotica e comunicativa del mercato grazie alla sovrapposizione di una struttura "comunicata", affidata in primo luogo al packaging, alla articolazione "normativa" tipica di questo specifico mercato.

Il settore del balsamico modenese si caratterizza infatti per una articolazione discreta di natura normativa, che ne va a definirne la semantica. Da un lato c'è il marchio IGP, definito da un disciplinare estremamente blando dal punto di vista della produzione, che consente, di fatto, la commercializzazione di un balsamico di Modena IGP anche di scarsa qualità. Dall'altro c'è il marchio DOC dell'aceto balsamico Tradizionale di Modena, un prodotto obbligatoriamente di altissima qualità. La distinzione ha le sue radici nella storia del recupero della tradizione medievale del balsamico durante la seconda metà del '900. L'analisi del processo di produzione dell'aceto ne rivela invece una natura intrinsecamente continua di accrescimento qualitativo. Da qui l'idea semiotica di proporre una semantica continua dello spazio di mercato nell'aceto. Questa nuova impostazione ha lo scopo di creare e rendere distinguibile un territorio qualitativo medio e medio alto, collocato al di sotto della DOC.

La metodologia semiotica è stata utilizzata anche nel passaggio successivo, ovvero nella richiesta agli aspetti di comunicazione di farsi carico dell'intervento di proposta di questa nuova struttura semantica. È stato elaborato un pacchetto di valori e temi identitari del brand e del prodotto capaci di raccontare la continuità e di farsi carico di questa nuova qualità mediana tra IGP e DOC. Il progetto ha trovato immediata declinazione su tutti i supporti di comunicazione, dal sito internet alla company profile. In specifico, l'oggetto principale a cui è stata affidata questa nuova semantica è il packaging, capace di presentare al consumatore, dallo scaffale degli aceti balsamici, una nuova idea di prodotto di qualità. Sono state individuati una serie di strategie espressive, tra quelle permesse dalle norme che limitano il naming e il layout del packaging, capaci di veicolare la nuova proposta: una scala pittogrammatica, elementi tattili, forme degli involucri, elementi visivi di storytelling aziendale, etc. La presentazione tenderà di esaminare in dettaglio il packaging.

Paolo ODOARDI (The Family Network – <http://www.thefamilynetwork.it>, p.odoardi@thefamilynetwork.it)
Paolo Odoardi, Ph.D. in Semiotica at the University of Bologna. At present he works at The Family Network as a semiotic consultant in the fields of advertising, branding, marketing research.

Balsamic vinegar of Modena: semiotic research and packaging

The semiotic research that will be presented is part of a broader consultancy project conducted in the field of food marketing and communication. The specific product involved is balsamic vinegar of Modena. The research, conducted for "Acetaia Giuseppe Cremonini", has been developed within the consultancy agency "The Family Network". Following the requests of the company, it has been developed a semiotic analysis of the structure of the vinegar market. The analysis results led to the proposal for a possible new semantic structure that would be able to create a new positioning for the product in the market. This re-positioning

and *re-semantisation* process has been carried by a new communication for the company. The new idea has been displayed in all the elements of the communication mix, in particular in the packaging design. The market is characterized by a *discrete differentiation*, a polarization, provided by law, between the regimes of PDO and PGI (two different types of protected geographical status). The research developed suggest to restore a sense of an articulation of a continuous space between the different types of vinegar. This new perspective will create a new "middle" space, between PDO and PGI, where to place new products. This new structure for the market relies on the communication of the company and of the product. In specific the new packaging design of the "top gamma vinegar" will be analyzed to show how the semiotic elements suggest the new idea of a continuity in the different types of vinegar of the market.

Giacomo FESTI (Università di Scienze Gastronomiche [Pollenzo, CN] e Naba [MI], giacomo.festi@gmail.com) Addottorato in semiotica a Bologna con una tesi comparativa tra dispositivi di cura (etnopsichiatria e ipnosi), svolge attualmente le sue ricerche principalmente nel campo della comunicazione alimentare, in qualità di assegnista di ricerca presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (CN). Ha insegnato in diverse realtà universitarie italiane e attualmente è titolare del corso di *Comunicazione* presso la Naba di Milano. Per anni ha condotto analisi desk in qualità di consulente semiotico per un'agenzia di comunicazione di Milano. Dal 2003 pubblica regolarmente saggi di semiotica.

La copertina corta del consulente, tra committenti e commitments disciplinari. L'esperienza "rivista".

Il mio intervento vuole essere l'occasione per fare un primo bilancio di una collaborazione pluriennale con un'agenzia di consulenza in comunicazione, in particolare con l'area dedicata all'editoria periodica, ovvero ai magazine. Alla luce di una lunga esperienza di analisi desk delle maggiori testate settimanali italiane (newsmagazine come *L'Espresso* e *Panorama*, pseudo-divulgazione scientifica come *Focus*, femminili come *D o lo Donna*, gossip press come *Novella*, popolari come *Oggi*, ecc.) colgo l'invito del seminario per indagare l'identità del semiotico-consulente, da considerare nel quadro di una rinnovata semiotica delle pratiche.

Il semiotico-consulente, al contrario del ricercatore, si trova a gestire una posizione necessariamente interstiziale, dovendo rispondere a un doppio fronte di dipendenze:

i) le esigenze ultime del committente esterno, che sono filtrate dal responsabile della ricerca, interno all'agenzia, spesso alla ricerca di una piattaforma di indagine qualitativa che integri la semiotica ad altri strumenti del marketing (tipicamente: focus group);

ii) la semiotica come disciplina che offre non solo un quadro metodologico per affrontare l'analisi (assegnando poteri e doveri), ma casi di studio specifici su oggetti analoghi a quelli indagati in sede consulenziale, offrendo così, potenzialmente, un bacino concettuale più ampio ma più tarato sulle specificità dell'oggetto culturale indagato.

La posizione *inbetween* del semiotico implica una serie di aspetti pratici che mi paiono del tutto marginali nella riflessione teorica della semiotica, tanto quanto ricorrono empiricamente nelle esperienze lavorative: come rendere accessibile il lessico semiotico a non semiotici? come valutare il portato euristico della ricerca rispetto ad altri apporti del marketing? come aprire dei fronti di ricerca non necessariamente già battuti dalla ricerca più istituzionale sviluppandoli all'interno di un lavoro desk?

Queste ed altre domande che informano la vocazione consulenziale della semiotica mobilitano pienamente il riconoscimento dello statuto pratico della disciplina: si tratterà qui di interpretare le tensioni vive che segnano lo slittamento identitario del semiotico dal terreno accademico a quello del marketing.

Giacomo FESTI (Université de Science Gastronomique [Pollenzo, CN], giacomo.festi@gmail.com)

Après un doctorat en sémiotique à Bologne, avec une thèse comparative entre dispositifs de soigne (ethnopsychiatrie et hypnose en particulier), il conduit maintenant ses recherches principalement dans le champ de la communication alimentaire, soutenu par l'Université de Sciences Gastronomique de Pollenzo (CN). Il a enseigné dans divers universités italiennes et actuellement il est titulaire d'un cours de *Communication* chez le Naba de Milan. Il a travaillé par plusieurs années comme consultante sémiotique pour une agence de communication de Milan.

La couverture¹ bref du consultant, entre acheteurs et contraintes disciplinaires. L'expérience "revue"².

¹ Jeux de mots entre "couverture" et "couverte", à partir d'une façon de dire en Italien.

² Autre jeux de mots entre "revoir" au participe passé en Italien et "revue".

Mon intervention est l'occasion pour faire un premier bilan d'une collaboration pluriannuel avec une agence de communication, en particulier avec la section vouée au monde éditorial, voire aux magazines. Après une long expérience d'analyses desk de majeurs hebdomadaires italiens (Espresso, Panorama, Focus, D, Io Donna, Novella, Oggi), je voudrai investiguer l'identité du sémioticiens-consultante, dans le cadre d'une renouvelée sémiotique de pratiques. Celui-là, au contraire du chercheur, il se trouve à gérer une position interstitielle, devant répondre à un double front de dépendances:

- i) les exigences ultimes de l'acheteur externe, qui sont filtré par le responsable de la recherche, à l'intérieur de l'agence, souvent à la recherche d'une base d'enquête qualitative qui intègre la sémiotiques à d'autre instruments de marketing (comme le focus group);
- ii) la sémiotique comme discipline qui ne pose pas seulement un cadre méthodologique pour l'analyse, mais aussi présente des cas d'analyse spécifiques sur des objets potentiellement analogues à ceux approché dans l'activité de consultante, tout en offrant un bassin conceptuel plus étendu, mais plus visé sur les spécificités de l'objet culturel proposé.

La position *inbetween* du sémioticien implique une série d'aspects pratiques qui ont été marginalisé dans la réflexion théorique de la discipline, bien qu'ils apparaissent empiriquement dans les expériences de travail: comment rendre accessible le lexique sémiotique à de non sémioticiens? Comment évaluer le poids euristique de la recherche par rapport aux autres apports du marketing? Comment ouvrir des champs de recherche non nécessairement déjà fréquentés par la recherche plus institutionnelle, en les développant à l'intérieur d'une travail du type desk?

Ces-ci et d'autre questions qui informent la vocation de consultante de la sémiotique invitent à reconnaître le statut pratique de la discipline: il s'agira ici d'interpréter les tensions vives qui marquent le déplacement identitaire du sémioticien d'un terrain purement académique à celui du marketing.

Giacomo FESTI (University of Gastronomic Science [Pollenzo, CN], giacomo.festi@gmail.com)

After a PHD in Semiotics in Bologna with a comparative thesis treating healings systems (ethnopsychiatry and hypnosis), he does today his researches primarily in the field of food communication, as research fellowship by the University of Gastronomic Science in Pollenzo (CN). He used to teach in different Universities in Italy, now is responsible of the course in Communication by the Naba of Milan. He did for years desk analysis as a semiotic consultant for a communication agency in Milan.

The short cover³ of the consultant, between buyers and disciplinary commitments. An experience "reviewed"⁴.

My communication aims to be the occasion for a review of a long collaboration with an consulting agency of communication, in particular with the area devoted to magazines. After a long experience of desk analysis of the majors weekly Italian magazines (Espresso, Panorama, Focus, D, Io Donna, Novella, Oggi, etc.), I would explore the identity of the semiotician-consultant, to be considered in the frame of a renewed semiotics of practices.

This role, in a contrastive comparison to the researcher, has to manage an interstitial position, facing a double front of dependencies:

- i) the final exigencies of the external purchaser, filtered by the responsible of the research inside the agency, often looking for a platform of qualitative enquiry which consider Semiotics as a tool among other marketing tools (as focus group);
- ii) Semiotics as a discipline, offering not only a methodological frame to do the analysis, but also presenting specific case studies about objects that have similarities to that considered for the consulting activities, so giving more targeted conceptual tools.

The in-between position of the semiotician involves practical aspects not so relevant in the theoretical discussion of semiotics, even if they are recurrent in the working experience: how to make the semiotics vocabulary accessible to non expert? How to evaluate the heuristic dimension of the research in respect to other marketing approaches? How to open research fronts not necessarily already combed by the institutionalized research?

³ It's a joke with an idiomatic Italian expression.

⁴ Another joke between "review" as magazine and as a verb.

These questions that inform the consulting vocation of semiotics make us acknowledge the practical status of the discipline: here it's about interpreting actual tensions that mark the identity shift of the semiotician from a more academic ground to the one of marketing.

Annalisa PELIZZA (Lepida S.p.A., annalisa.pelizza@gmail.com)

Annalisa Pelizza graduated in Media Studies at University of Bologna and holds a Ph.D. in Information Society from the University of Milan Bicocca. Her research interests have focused on the ethnography of contested urban spaces, media education, implications of citizens media's practices for urban planning. In her Ph.D. years she has concentrated on how Actor-Network Theory can revitalise studies on digital communities and online collaboration. She has also been active in the Italian *Telestreet* movement of micro neighbourhood televisions. She attended art residencies and developed media projects Europe-wide. Now he works as UX designer and project manager at *Lepida S.p.A.*, a publicly-owned company committed to driving innovation in telecommunication infrastructure and public online services in the Emilia-Romagna Region.

From Usability to “Appreciability”. Semiotics as a Method to Measure the Gap between Prescriptions and Subscriptions in User Interface Design

This lecture aims at introducing the notion of “appreciability” as opposed to that of “usability”, proper to web interface design. Drawing upon a corporate case study, the talk will argue that the theoretical choice of a “relational approach” at a preliminary stage can lead to better define the analytical goals set by the company.

Starting from the company’s request to “measure and increase the usability of online services”, the author coined the term “appreciability” as a notion that aims at avoiding many of the limits proper to cognitivist approaches. Since they assume the dichotomies subject/world, human/machine, in fact, cognitive ergonomics and the notion of “usability” postulate that the relationship between human subjects and artefacts is based on immediacy. On the contrary, “relational” approaches – like semiotics – tend to introduce forms of mediation among actors.

Preferring an approach based on the notion of mediation over an approach based on usability means following the processes whereby artefacts (interfaces) are co-designed, rather than evaluating the final product. Therefore, “increasing appreciability” has nothing to do with designing an interface that is “intuitively” understandable by an intended user made by the average behaviour recorded during usability tests. Rather, by observing users’ everyday use of the service, a relational approach allows the researcher to trace the processes whereby meaning is assembled. As a consequence, nor the service nor the user are conceived of as “black boxes”, rather, reciprocal movements of adjustment are studied.

Using the lexicon proper to that field of study that lies at the boundaries between semiotics and ANT, one can affirm that every interface conveys “prescriptions”, instructions whereby an intended user is configured. For instance, an online interface that asks to “insert here your personal code” configures a model user equipped with a personal code. If the empirical user has a code, there’s no gap. If, on the contrary, the user doesn’t have a code – nor (s)he knows the procedure whereby to get it – then a gap arises between the prescription embedded in the interface and the actual practices (“subscriptions”). This lecture argues that the possibility to “measure and increase the appreciability” of an online service is given only when there is a gap between prescriptions – identified by means of semiotic methods – and subscriptions – observed thanks to ethnographic methods.

As a matter of fact, in the case study discussed, the adoption of a relational approach brought the research to better define the goals assigned by the company. Since appreciability can be defined as the inverse function of the gap between prescriptions and subscriptions, then, the lower the gap, the higher the degree of appreciability. As a consequence, “measuring usability” became a measure of the discrepancy between actions embedded in the interface (prescriptions) and users’ actual behaviour (subscriptions).

On the other hand, an increase in appreciability was possible only insofar as there was a gap between prescriptions and subscriptions. Therefore, it was the description of the gaps between prescriptions and subscriptions that made designers’ and users’ opposite logics explicit. By so doing, one can obtain useful suggestions about how to modify online services in order they to get closer to users’ needs.

Annalisa PELIZZA (Lepida S.p.A., annalisa.pelizza@gmail.com)

Pelizza si è laureata in Scienze della Comunicazione presso l'Università di Bologna e ha ottenuto un dottorato di ricerca in Società dell'Informazione presso l'Università di Milano Bicocca. I suoi interessi di ricerca hanno spaziato dall'etnografia degli spazi urbani conflittuali all'educazione ai media, alle implicazioni delle pratiche dei media tattici e civici nel design urbano. Durante il corso di dottorato si è concentrata sul modo in cui l'Actor-Network Theory può contribuire a rifondare gli studi sulle comunità e la collaborazione online. È stata inoltre attiva nel movimento italiano delle *Telestreet*, le micro televisioni di quartiere. Ha partecipato a residenze artistiche e ha sviluppato progetti di media art a livello europeo. Attualmente lavora come *user experience designer* e *project manager* per Lepida S.p.A., un'azienda a capitale pubblico impegnata a guidare l'innovazione nelle TLC e nei servizi online in Emilia-Romagna.

Dall'usabilità all'apprezzabilità. La semiotica come metodo per misurare lo scarto tra prescrizioni e sottoscrizioni nel design delle interfacce online

Questo intervento mira a proporre una definizione di "apprezzabilità" contrapposta al concetto ergonomicista di "usabilità", che tanto successo ha avuto nella progettazione delle interfacce web. Partendo dalla descrizione di un caso studio aziendale, l'intervento mostrerà come la scelta di un approccio teorico relazionale abbia portato a definire più accuratamente gli obiettivi dell'analisi stabiliti dall'azienda. Di fronte alla richiesta aziendale di "misurare e incrementare l'usabilità dei servizi online" delle pubbliche amministrazioni regionali, infatti, l'autrice ha elaborato una definizione di "apprezzabilità" che mira ad aggirare molti degli *impasse* propri degli approcci cognitivisti.

L'ergonomia cognitiva parte dal presupposto della dicotomia soggetto/mondo, uomo/macchina. Ciò la porta a vedere il rapporto tra questi in termini di immediatezza. Al contrario, gli approcci relazionali, in cui la semiotica degli oggetti si inserisce, introducono forme di mediazione tra soggetti.

Se passare da un approccio basato sul concetto di usabilità a uno basato sul concetto di mediazione significa porre attenzione ai processi attraverso cui si costruiscono gli artefatti/interfacce, e non solo al prodotto finale, allora migliorare l'apprezzabilità non significa fare un'interfaccia che sia intuitivamente comprensibile per un utente modello dato dalla media dei comportamenti rilevati durante test di usabilità. Piuttosto, seguendo le pratiche quotidiane d'uso del servizio da parte degli utenti, l'approccio relazionale permette di seguire i processi attraverso cui viene costruito il significato. Quindi, né il servizio né l'utente vengono analizzati come "scatole chiuse", ma si studiano i processi di adattamento reciproci.

Nei termini conosciuti in quel settore di studi che sta al confine tra STS e semiotica, è possibile affermare che ogni interfaccia contiene delle "prescrizioni", ovvero delle istruzioni che configurano un utente. Ad esempio, un'interfaccia che riporti "inserisci qui il tuo codice personale" presuppone un utente modello che possiede un codice personale. Se l'utente empirico possiede il codice, non vi è nessuno scarto. Se l'utente empirico non possiede il codice e non conosce la procedura attraverso cui ottenerlo, si crea allora uno scarto tra la prescrizione inscritta nell'interfaccia e le pratiche d'uso (le "sottoscrizioni").

Questo intervento argomenta che è proprio nello scarto tra prescrizioni rilevate con metodi semiotici e sottoscrizioni analizzate con metodi etnografici che risiede la possibilità di "misurare e incrementare l'apprezzabilità" di un servizio online. Adottare un simile approccio relazionale ha permesso, infatti, di ridefinire gli obiettivi assegnati dall'azienda. Se l'apprezzabilità è la funzione inversa dello scarto tra prescrizioni e sottoscrizioni, meno saranno gli scarti, maggiore sarà il grado di apprezzabilità. Pertanto, "misurare l'apprezzabilità" è diventata un'attività di comparazione delle azioni presupposte dall'interfaccia (le prescrizioni) con le pratiche d'uso (le sottoscrizioni).

D'altro canto, un incremento dell'apprezzabilità non è potuto avvenire che in presenza di uno scarto tra prescrizioni e sottoscrizioni. È la descrizione degli scarti tra prescrizioni e sottoscrizioni che ha reso esplicite le logiche contrapposte di progettisti e utenti, fornendo così indicazioni puntuali circa le modifiche che il servizio analizzato dovrebbe integrare per rispondere alle esigenze degli utenti.

Federica MANZOLI (Università degli Studi di Milano)

Il cambiamento climatico in Italia: mappare le responsabilità

Indagine sui discorsi dei cittadini e della televisione intorno alla questione ambientale

Parole-chiave: comunicazione ambientale, semiotica greimasiana, cambiamento climatico, responsabilità. Riflettere sulla percezione e la comunicazione del cambiamento climatico è diventato particolarmente importante nell'ultimo decennio, quando gli investimenti sulla scienza del clima e la sua risonanza mediatica sono diventati priorità nella comunicazione e nel discorso pubblico sulla tecnoscienza.

La scienza del clima è entrata sempre più nelle pagine dei giornali e nei discorsi politici, portando alla luce di volta in volta temi quali l'esistenza effettiva di un mutamento del clima, i suoi effetti, l'attribuzione delle responsabilità nei confronti del deterioramento dell'ambiente, le previsioni più o meno catastrofiche sul futuro dell'umanità.

Il tema su cui si concentra l'analisi qui discussa è quello della percezione e della comunicazione della *responsabilità* nel dibattito sul cambiamento climatico, in quanto argomento centrale nella sua comunicazione e nella negoziazione delle politiche pubbliche sull'ambiente.

Il disegno di ricerca, l'analisi e i risultati di questa ricerca rispondono a una tripla necessità: quella di portare avanti ricerche empiriche per studiare le molteplici implicazioni sociali dell'incertezza che deriva dalle ricerche sul cambiamento climatico (Pellizzoni e Ylönen, 2008); quella di fornire una maggiore conoscenza sul tema in Italia; e quella di suggerire alcune delle storie locali e globali più efficaci da poter raccontare.

Punto di partenza sono i risultati del progetto LIFE+ R.A.C.E.S. (Raising Awareness on Climate change and Energy Saving), da poco concluso (gennaio 2009 – aprile 2011) e nato con l'obiettivo di produrre azioni di sensibilizzazione locale e diffondere una maggiore conoscenza degli impatti del cambiamento del clima e delle strategie di adattamento e mitigazione a livello nazionale attraverso azioni di comunicazione.

Il percorso del progetto è partito da una fase di ricerca qualitativa sui pubblici ai quali indirizzare queste azioni e ha esplorato le percezioni e i discorsi sul cambiamento climatico nelle cinque località coinvolte (Firenze, Trento, Modena, Bari e Potenza), nel periodo febbraio-marzo 2009. I dati raccolti nei quindici focus group che si sono svolti in questo periodo costituiscono una parte rilevante del corpus analizzato in questa tesi, accanto a un campionamento di notizie televisive sulle televisioni ad accesso gratuito, prima, durante e dopo la Conferenza sul Clima delle Nazioni Unite del 2009. Sulla base del modello fornito dalla semiotica, e dalla semiotica di origine greimasiana in particolare, l'articolazione del lavoro segue la struttura narrativa ricostruita attraverso i discorsi dei pubblici che sono stati coinvolti nella fase di ricerca sociale e poi applicata alle notizie televisive, così da verificare, in due materiali di diversa natura, quali sono gli elementi che costituiscono la narrazione complessiva.

Elementi sui quali si basa l'analisi sono:

- gli *attori* che intervengono nella narrazione sulla responsabilità: dalla *natura*, in quanto attore *non-umano* soggetto allo sfruttamento *umano*, all'*io* di chi parla nelle discussioni di gruppo come *individuo* che può modificare le proprie abitudini nel rispetto dell'ambiente circostante.
- i *livelli discorsivi* attraverso i quali si mette in scena la narrazione: quali sono i *tempi* e gli *spazi* lungo i quali si distribuiscono le responsabilità passate, presenti, future? Quali le *emozioni* e le *cognizioni* messe in scena e riflesse nei discorsi analizzati?
- i *temi* più ricorrenti: come vengono messe in scena la *politica* e l'*economia*? Come sono articolati i discorsi locali sulla mobilità, il riciclo, l'energia, la gestione del territorio, che costituiscono problemi contingenti e concreti per parlare di responsabilità?
- i *valori* che determinano lo scopo finale della narrazione: come viene costruito il quadro etico dove si inscrivono i problemi intorno al cambiamento climatico e orientano pertanto l'attribuzione delle responsabilità?

Relazioni e intersezioni con la semiotica

Il progetto di ricerca sviluppato nella tesi "Il cambiamento climatico in Italia: mappare le responsabilità" trova la sua origine nell'interesse a indagare la costruzione del discorso sociale su questo argomento nel nostro paese, dove non esistono ricerche sistematiche dello stesso tipo.

L'obiettivo di rintracciare quali sono i discorsi sulla responsabilità ambientale per trovare gli elementi chiave per la sua comunicazione è stato portato avanti tenendo in considerazione la letteratura sull'argomento in ambito internazionale e in particolare nel settore degli studi sociali sulla scienza e sulla tecnologia. Il consistente corpus di dati alla base del lavoro è costituito dalle trascrizioni di diciassette focus group tenuti con cittadini non-esperti sul tema del cambiamento climatico e dalla registrazione di 80 notizie televisive durante un periodo presumibilmente interessante per la trattazione mediatica del cambiamento climatico: la Conferenza sul Clima delle Nazioni Unite di Copenhagen del 2009. Il modello usato per analizzare i dati è quello fornito dalla semiotica greimasiana. La scelta di questo modello risiede nel considerarlo come rigoroso strumento euristico che deriva da un apparato concettuale forte e capace di spiegare e di comprendere una gran massa di fenomeni sociali. La de-costruzione dei testi in analisi ha portato alla formulazione di mappe costruite a seconda degli elementi discorsivi fondamentali: attori, spazi, tempi, emozioni, cognizioni, temi, presenti nella grande narrazione della responsabilità e del cambiamento climatico. L'utilità di queste mappe risiede nel mettere in evidenza le linee comunicative risultate efficaci nel corso dell'analisi.

Pierre-Antoine NAVARETTE (Groupe de recherche de Limoges (CeReS) / pa_navarette@yahoo.fr)

Mes recherches portent sur les fonctions structurales de l'espace au sein des textes littéraires et particulièrement sur le rôle de la catégorie route au sein de la logique narrative. J'ai à ce sujet présenté mes travaux l'an dernier au Séminaire Intersémiotique de Paris et publié aux Nouveaux Actes Sémiotiques un premier article intitulé "Espace et tensions de signification : schème spatial et directionnel dans *Le Mont Damion*, d'André Dhôtel".

Toposyntaxe et schème directionnel dans *La Route d'Altamont*, de Gabrielle Roy :

Les diverses fonctions structurales de l'espace peuvent être envisagées de manière assez complexe à travers l'étude de l'œuvre de Gabrielle Roy, *La Route d'Altamont*. On s'intéresse alors à un certain procès de signification spatialisant et modélisant le texte dans son intégralité, ce qui, dans une perspective générative, équivaldrait à dégager certains principes sémiotisants pour lesquels la spatialité occupe une place fondamentale, au sens greimassien du terme. La problématique peut être reformulée ici en ces termes : dans le cadre d'une genèse du texte artistique, quelles peuvent être les fonctions structurales de l'espace et à quels « niveaux » du discours s'expriment-elles ? Ou encore, en quelle mesure peut-on véritablement parler de configurations topologiques générales se traduisant par une sémantique spatiale fondamentale, ainsi que par une syntaxe spatiale pour ne pas dire une toposyntaxe fondamentale qui lui serait intrinsèquement reliée ? Ainsi, à partir du cas d'étude de l'œuvre de Gabrielle Roy, *La Route d'Altamont*, publiée en 1966, on se posera alors plus précisément les questions suivantes : dans la *dynamique d'un processus schématique*, quels peuvent être les modes d'articulations logiques, à partir d'une configuration spatiale axée autour d'une catégorie topographique telle que *la route*, en perspective des acquis de la sémiotique greimassienne ? Autrement dit, quels seraient les régimes de passage d'un espace à l'autre, ou, plus précisément, comment passerait-t-on d'une *zone spatiale* à une autre *zone spatiale*, et quels seraient ces zones ? On essaiera parallèlement de déterminer l'intensité signifiante des propriétés spatiales investies dans le processus narratif et leurs interrelations avec la propriété /directionnalité/ au sein de la logique narrative. En synthèse, on se propose bien de comprendre véritablement en quoi l'œuvre de Gabrielle Roy peut être fonction d'une schématique spatiale et directionnelle plus élémentaire qui trouverait un corrélat structurel avec les éléments topographiques correspondant au niveau discursif superficiel.

Pierre-Antoine NAVARETTE (Groupe de recherche de Limoges (CeReS) / pa_navarette@yahoo.fr)

My researches are about the structural functions of space in literary texts and particularly about the role of the road category within the narrative logic. On this subject, I presented my works last year at "Le Séminaire Intersémiotique de Paris" and published in " Les Nouveaux Actes Sémiotiques" a first article intitled ""Espace et tensions de signification : schème spatial et directionnel dans *Le Mont Damion*, d'André Dhôtel".

Toposyntax and directionnal schema in *La Route d'Altamont*, from Gabrielle Roy:

The diverse structural functions of space can be foreseen in a rather complex way in Gabrielle Roy's literary work, *La Route d'Altamont*, published in 1966. In this case, we are interested in a spatial modelling process of signification, which means, in a generative perspective, to find some semiotics principles for which space is fundamental. The problems can be formulated in those terms : in the framework of a genesis of the artistic text, what could the structural functions of space be and at which levels of the discourse are they located ? In other words, to what extent could it be possible to talk about general topological configuration for which we can find a spatial semantic and a spatial syntax ? Thus, through the study of the literary work of Gabrielle Roy, we will ask ourselves more precisely the following questions : in the dynamic of a schematic process, which can the logical articulation mode be, in a spatial configuration based on the road category ? Moreover, which would the scheme of the way be from one space to another, that is to say from a spatial zone to another one, and what would these zones be ? The attempt will be, in parallel, to measure the signifying intensity of spatial proprieties and their relation with directionality in the narrative logic. To synthesise it, we will try to understand how the literary work of Gabrielle Roy depends on a fundamental spatial directional schematics.

Laura GUTTILLA (Dottorato in Semiotica XXV ciclo , Università “Alma Mater” Bologna – Istituto Italiano di Scienze Umane Firenze , laura.guttilla@gmail.com)

Laureata in Scienze della Comunicazione Sociale e Istituzionale all’Università di Palermo con una tesi dal titolo “Senso e sensi del verde. Analisi semiotica di tre spazi urbani a Palermo”, ha collaborato nel 2009 con il Prof. Gianfranco Marrone e il suo team alla ricerca “Luoghi di socializzazione a Palermo”. Attualmente è iscritta al secondo anno del Dottorato in Semiotica organizzato Istituto Italiano di Scienze Umane presso l’Università di Bologna e continua a lavorare sulla semiotica degli spazi. Il suo progetto di ricerca, dal titolo “Il muro tra interdizione, controllo e riscrittura urbana”, ha come obiettivo lo studio del *muro* inteso come dispositivo di significazione che crea diversi meccanismi di interazione a seconda delle pratiche socio-culturali in cui è immerso.

Oltre il muro: confini e culture.

L’intervento al workshop “La ricerca semiotica” è il frutto del primo anno di lavoro sul progetto dottorale “*Il muro tra interdizione, controllo e riscrittura urbana*” incentrato sul muro come strumento di significazione e dispositivo di controllo.

Man mano che il progetto prendeva forma, le riflessioni sul muro si spostavano sempre di più verso un concetto fondamentale per la semiotica: il confine.

Il muro, nella sua funzione pratica, segna un confine. E potremmo dire, seguendo James Clifford, che *dal confine nascono le culture*. Lo aveva ben chiaro Lotman che, in molti suoi scritti, chiarisce l’importanza per la semiotica di questo concetto-chiave, definendolo come «la somma dei “filtri” linguistici di traduzione» grazie ai quali il testo viene tradotto in una o più lingue fuori dalla semiosfera data. Il confine diviene il luogo di *traduzione* per eccellenza, in cui si mettono in discorso altri testi o fatti non semiotici. La sua funzione primaria è quella di separare – e contemporaneamente unire – un esterno da un interno: così la cultura crea *l’identità semiotica*.

Il muro ci sembra un oggetto di ricerca interessante perché, come dimostreremo nel corso del nostro lavoro, a partire da questo si costruisce l’identità culturale. Quanto avvenne a Berlino è certamente il caso più tristemente noto: nel 1961 si costruirono due nuove identità – *Ossis* e *Wessis*, lo sviluppo democratico da un lato e il blocco comunista dall’altro – a partire dalla costruzione di una imponente muraglia di cemento.

Régis Débray, nel suo *Éloge des frontières*, afferma come il tracciare una linea, separando un dentro ed un fuori e autorizzando l’interdizione spaziale sia una strategia tutta umana di mettere ordine nel caos. Débray parte dal presupposto che lì dove mancano le frontiere si innalzano i muri: essi sarebbero dispositivi di appropriazione dello spazio violenti e definitivi (pensiamo ai materiali con cui il muro è fatto, duro cemento e pietra) grazie al quale una comunità più o meno ampia o un’autorità decide di definire lo spazio proprio e lo spazio altrui.. La questione dell’innalzamento dei muri nella civiltà contemporanea è quasi paradossale, poiché la società odierna, quasi per contrappasso, non fa altro che parlare di abbattimento delle frontiere. «*Une idée bête enchante l’Occident: l’humanité, qui va mal, ira mieux sans frontières*»: questo l’incipit del libro.

Inoltre, da un punto di vista semiotico, il muro – essendo un *soggetto non umano delegato* (Latour) – manipola le azioni dei soggetti e instaura complesse relazioni modali.

Obiettivo del presente intervento sarà, dopo una disamina attenta di una vastità di contributi diversi sui concetti di confine, bordo, linite e soglia, cercare di comprendere quale sia la funzione del muro nei casi scelti nel corpus d’analisi (se pur non definitivo) attraverso lo sguardo sociosemiotico.

Laura GUTTILLA (PhD in Semiotics University of Bologna – Istituto Italiano di Scienze Umane Firenze, laura.guttilla@gmail.com)

Graduated in Science of Social and Institutional Communication at University of Palermo, worked on parks and gardens in Palermo for her MA thesis. In 2009 she worked with Gianfranco Marrone and his research team on the project “Luoghi di socializzazione a Palermo”. Now she’s attending the second year of Doctoral School at the University of Bologna. The topic of her PhD thesis is the *wall* like instrument of signification in different and multicultural contexts.

Beyond the wall: boundaries and cultures.

This paper summarizes the work of my first year at the Doctoral School in Bologna. I think that the concept of wall is tightly linked to the concept of boundaries because wall *makes* a border. Many semioticians (like Juri Lotman) define the border like a mechanism of translation between different cultures.

The border, at the same time, divides and unifies population and identities. The most renowned case is the Berlin wall. Built in 1961, this fence barrier was used to stop people who lived in the Est Germany from keeping out in West Germany. The identity of *Ossis* and *Wessis* was born from this barrier and until 1989 Berlin was a city with two different hearts.

Nowdays, there is a new revenge of wall. The French philosopher Régis Débray writes a book, *Éloge des frontières* (2010) to tell the relationship between walls and boundaries. Débray thinks that now walls exist in many part of the world because boundaries disappeared with the globalization: «*Une idéé bête enchantée l’Occident: l’humanité, qui va mal, ira mieux sans frontières*». You can read this sentence at the beginning of the book.

From a semiotic point of view, walls work on modalities because they are a *delegated nonhuman characters* (Latour). Wall builds relationships between what is “in” and what is “out” and it works with subjects’ actions.

The topic of this article will analyse many definitions of border to understand the function of wall in the case studies using the sociosemiotics approach.