



CALL FOR PAPERS

Il *Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia* dell'Università di Urbino "Carlo Bo", organizza, nell'ambito degli annuali convegni, un simposio interdottorale dal titolo:

**La ricerca semiotica 3.
Intersezioni.**

Coordinatori: Alvisè Mattozzi (Università Luav di Venezia) e Dario Mangano (Università di Palermo)

Il Simposio si svolgerà **sabato 16 e domenica 17 luglio 2011.**

PRESENTAZIONE

La semiotica, in quanto disciplina che studia i processi di significazione, occupa una posizione particolare nell'organizzazione dei saperi scientifici. A volte considerata una metodologia descrittiva, altre un'epistemologia, ha sempre oscillato fra un ruolo di carattere "meta" e uno di carattere "infra" trovando applicazione nei più svariati ambiti: dall'architettura alla matematica, dal marketing all'arte, dalla letteratura alla teoria delle culture. Un ruolo certamente non facile – un po' grillo parlante, un po' invitato di pietra – che tuttavia, quando ben interpretato, ha offerto margini di crescita alle discipline che con essa sono entrate in contatto e, di rimando, nuove prospettive per se stessa. Grazie a questo molteplice e incessante dialogo si è venuto a costituire un vero patrimonio di conoscenze semiotiche che spesso risulta nascosto nelle pieghe di studi che non figurano tra quelli espressamente riconosciuti come tali. L'obiettivo di queste giornate di studio è allora duplice: per un verso si tratta di fotografare le punte più originali e produttive della ricerca semiotica e morfologica, per un altro di fare emergere tale pensiero sommerso, mettendo poi a confronto problemi e competenze a partire da casi concreti.

In consonanza con l'esperienza delle due precedenti edizioni, questo simposio inter-dottorale mira a riflettere su tali questioni principalmente a partire dalle ricerche dottorali in corso. Anche quest'anno, tuttavia, nell'ottica di raggiungere ambiti non accademici in cui una elevata contaminazione tra saperi si affianca alla necessità di predisporre strumenti metodologici per affrontare precise problematiche, esso viene aperto a ricercatori che operano a vario titolo in istituti che portano avanti ricerche di mercato e consulenza alle aziende. In questo modo si intende creare una "massa eteroclitica" di studiosi che possa diventare massa critica, facendosi così motore di innovazione. La complessità che caratterizza la contemporaneità (globalizzazione dei mercati, rivoluzione nei mezzi e nelle forme di comunicazione, nuove economie, questione ambientale, organizzazione e gestione degli spazi urbani, migrazioni e interculturalità etc.), infatti, può essere affrontata e risolta positivamente soltanto trovando degli approcci originali che – è ormai chiaro a tutti – risiedono proprio in quegli spazi di conoscenza che si generano nelle intersezioni fra competenze e discipline diverse.

Per quanto via sia una grande apertura quanto ai temi trattati, per evitare un'eccessiva dispersione e una conseguente scarsa produttività del dialogo, si è scelto di individuare alcune aree tematiche verso le quali si invita a far convergere le proposte. Per ognuna di esse viene fornita una sintetica descrizione evidenziando gli spunti che, ad avviso degli organizzatori, possono costituire un buon punto di partenza per il raggiungimento degli scopi del simposio. È bene precisare che tali indicazioni non devono essere considerate vincolanti: eventuali proposte alternative potranno essere considerate ove gli organizzatori riconoscano un loro valore rispetto agli obiettivi del simposio nonché una coerenza rispetto ad altre.



1) Marketing e consumi - sessione svolta con il Patrocinio dell'Università IULM di Milano

Le tendenze: la loro costruzione, i loro effetti e il modo in cui si trasformano. Ma anche l'economia in generale. Per esempio in riferimento al tema della decrescita o post-crescita (Latouche, Fabris etc.), ma anche a tutte le questioni in cui le modalità di comunicazione influenzano il funzionamento dei mercati (per es. il fenomeno del microcredito che nasce grazie alla diffusione di Internet). Ambiti tradizionali quali la pubblicità o le strategie di comunicazione purché, naturalmente, i contributi contengano un carattere di novità rispetto a quanto già noto in ambito semiotico.

2) Tecnologie e società

La questione del rapporto soggetti-oggetti e degli effetti che ha sulla forma e sul funzionamento della società nel suo complesso. Utili spunti provengono dalle nuove tecnologie (oggetti come l'iPad di Apple ma anche software), nonché dai modi in cui esse vengono trattate da media come cinema, televisione, giornali etc. Sono altresì pertinenti gli studi sul design inteso come configurazione complessa delle merci.

3) Spazi, percorsi, ambienti

Di particolare interesse le problematiche legate all'evoluzione degli spazi urbani, i modelli di socializzazione che in essi hanno luogo e il rapporto fra luoghi reali e virtuali (con le relative trasformazioni). In questo ambito va anche menzionato il tema dell'analisi degli spazi lavorativi intesi in senso ampio (uffici, aziende, spazi pubblici) e tutti gli studi che coniughino la prospettiva semiotica con quella antropologica. Anche la questione del movimento nello spazio e dunque dei trasporti, nodale nella società contemporanea, sembra essere un valido punto di riflessione.

4) Culture e visualità

Si tratta di un ambito estremamente vasto in quanto comprende dagli studi sulla *visual culture* a quelli sulla politica, dai *gender studies* fino a quelli di matrice antropologia. L'interesse semiotico si rivolge tuttavia particolarmente a ciò che ha a che vedere con la relazione fra le costruzioni sociali e i sistemi di rappresentazione, con particolare riferimento ai fenomeni di efficacia simbolica. Nel caso dei *visual studies*, per esempio, saranno valutate positivamente quelle proposte in cui si esaminino gli effetti sociali delle immagini nel costruire identità di vario genere (da quella di una nazione a quella di una azienda).

ORGANIZZAZIONE

I lavori si articoleranno, come sopra specificato, in due giornate. Ognuno dei 14 ricercatori (dottorandi o professionisti) selezionati per partecipare al simposio avrà a disposizione 25 minuti per il proprio intervento in cui dovrà sottolineare il modo in cui si è avvalso della metodologia semiotica. Al termine delle relazioni previste per ogni sessione, alcuni discussant selezionati dagli organizzatori fra i maggiori esperti di semiotica e di altre discipline in relazione ai temi trattati, discuteranno i lavori presentati. A seguire avrà luogo una tavola rotonda cui prenderanno parte i discussant e nella quale si farà il punto sullo stato delle ricerche semiotiche e sulle direzioni per lo sviluppo futuro.

Coloro che saranno selezionati per esporre la propria relazione al simposio godranno dell'ospitalità presso i Collegi universitari (vitto e alloggio) per tutta la durata del Simposio (dal 15 mattina al 17 luglio, inclusa la notte del 17) e a loro sarà omaggiata la tassa di iscrizione.

Sono disponibili 14 posti da relatore.

Le domande possono essere inviate in Francese, Inglese, Italiano e Spagnolo.

Gli interventi possono essere fatti in Francese, Inglese, Italiano e Spagnolo.



DOMANDA

Per partecipare alla selezione è necessario che la domanda giunga al *Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia* entro il 31 maggio 2011 via mail o via posta ai seguenti indirizzi:

e-mail: interdoc.ciism@gmail.com.

indirizzo postale:

Segreteria del Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia
Palazzo Passionei, Via Valerio 9
61029 Urbino
ITALIA

Le domande delle dottorande / dei dottorandi devono contenere:

- un abstract dell'intervento (fino a 4000 caratteri), in cui si specifichi l'area tematica in cui esso si dovrebbe inserire e dalle tre alle cinque parole chiave;
- una descrizione del progetto di ricerca dottorale (fino a 2000 caratteri) in cui mettere in evidenza le relazioni e le intersezioni con la semiotica;
- una dichiarazione riguardo le lingue parlate e comprese tra Francese, Inglese, Italiano e Spagnolo.

Possono inviare la loro domanda i dottorandi di qualunque anno e i dottori che abbiano discusso la propria tesi durante questo anno accademico (2010/2011).

Le domande delle ricercatrici / dei ricercatori di istituti di ricerche di mercato e di consulenza aziendale devono contenere:

- un abstract dell'intervento (fino a 4000 caratteri), in cui si specifichi l'area tematica in cui esso si dovrebbe inserire e dalle tre alle cinque parole chiave
- un curriculum vitae
- un profilo dell'istituto con cui si lavora

La selezione dei contributi e la relativa organizzazione delle giornate di lavori sarà resa pubblica entro il **10 giugno 2011** attraverso il sito internet: www.uniurb.it/semiotica/home.htm. Ai partecipanti selezionati sarà data comunicazione entro la stessa data via e-mail.

CRITERI DI VALUTAZIONE

Le proposte saranno valutate dagli organizzatori sulla base della carica innovativa che presentano in relazione al tema trattato e al ruolo che in essi riveste la semiotica, nonché all'originalità dell'approccio che adottano rispetto a quelli tradizionalmente adoperati. Al fine di rendere le discussioni che scaturiranno dalle relazioni il più organiche possibile, sarà esercitata una preferenza per quei contributi che meglio trovano una collocazione all'interno di linee di ricerca condivise così come si andranno configurando in relazione alla natura dei contributi inviati.

PARTECIPAZIONE AL SIMPOSIO (UDITORI)

La partecipazione è aperta a tutti e avviene tramite iscrizione. La quota di iscrizione è fissata in euro 50.

Per informazioni dettagliate:

CISISM : www.uniurb.it/semiotica/home.htm | Tel: +39.0722.305688 | e-mail: interdoc.ciism@gmail.com.



APPEL À CONTRIBUTION

Le *Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia* de l'Università de Urbino "Carlo Bo", organise, lors des colloques annuels, un symposium inter-doctoral:

La recherche sémiotique 3. Intersections.

Coordinateurs: Alvisè Mattozzi (Università luav di Venezia) e Dario Mangano (Università di Palermo)

Le Symposium se déroulera **samedi 16 et dimanche 17 Juillet 2011.**

INTRODUCTION

La sémiotique en tant que discipline qui étudie les procès de signification occupe une position particulière dans l'organisation des savoirs scientifiques. Parfois considérée comme une méthode descriptive, des autres comme une épistémologie, elle a toujours oscillé entre un rôle de type «méta» et un rôle de type «infra», étant appliquée dans les plus différents domaines : de l'architecture à aux mathématiques, du marketing à l'art, de la littérature à la théorie des cultures. Un rôle qui n'est certes pas facile mais, quand bien joué, a offerte des possibilité de croissance pour les disciplines qui sont entrés en contact avec elle et, à son tour, de nouvelles opportunités pour la sémiotique elle-même. Grâce à ce dialogue diversifié et incessant un important patrimoine de connaissances sémiotiques a été créé, patrimoine qui demeure souvent cachée dans les plis des études qui ne figurent pas comme expressément sémiotique. L'objectif des journées d'étude est donc double : d'une coté il faut photographier les sommets des recherches les plus originales et productives en sémiotique et en morphologie, de l'autre il faut faire émerger le patrimoine sémiotique cachée, pour, enfin, se confronter autour des problèmes et des compétences à partir de cas concrets.

En accord avec l'expérience des années précédentes, ce symposium inter-doctoral vise à examiner ces questions à partir des recherches doctorales en cours. Cependant, cette année aussi, à fin d'atteindre des milieux non académique où souvent la contamination entre savoirs est très élevé, le symposium est ouvert à les chercheuse et aux chercheurs travaillant avec diverses capacités dans les cabinet des études de marché et des sociétés de conseil. L'objectif est de créer une «masse hétérogène» de chercheuses et chercheurs qui peut devenir une « masse critique », ou moteur d'innovation. Il n'y a aucune doute que la complexité qui caractérise le monde contemporain (la mondialisation des marchés, la révolution des moyens et des formes de communication, les nouvelles économies, les questions environnementales, l'organisation et la gestion des zones urbaines, les migrations et l'interculturalité, etc.) peuvent être abordés et positivement résolus seulement en trouvant des approches originales qui – et il est maintenant clair pour tous – sont situés dans les espaces dans lesquels à ce jour n'a pas examiné, ces espaces précisément à la frontière.

Bien que, comme mentionné, il y a une grande ouverture regard les sujets qui peuvent être présentés, à fin d'éviter la dispersion excessive et, donc, une faible productivité du dialogue, on a choisi, comme cela a été fait les années précédentes, de circonscrire des domaines d'intérêt sur lesquels les propositions devraient se focaliser. Pour chacun de ces domaines on présente une brève description des thèmes entre lesquels, selon les organisateurs, on peut trouver les occasions principales à fin que le dialogue peut se déployer productivement.



Il faut préciser que ces thèmes ne doivent pas être considérés comme des contraintes rigides : éventuels proposition alternatives pourront être considérée lors que les organisateurs y reconnaissent un valeur par rapport aux symposium et une cohérence par rapport aux autres sujets.

1) Marketing et de la consommation – avec le patronage de l'Università IULM di Milano

Les tendances: leur construction, leurs effets et comment ils se transforment. L'économie en général, par exemple en ce qui concerne la question de la de-croissance et post-croissance (Latouche, Fabris, etc) mais aussi à toutes les questions dans lesquelles les modes de communication affectent le fonctionnement des marchés (par exemple le phénomène du microcrédit est né grâce à la propagation de l'Internet). Domaines traditionnels tels que la publicité ou des stratégies de communication à condition, bien sûr, que le contributions contiennent des contenus nouveaux par rapport à ce qui est déjà connu dans la sphère sémiotique.

2) Technologie et société

La question du rapport sujets-objets et des artefacts et des effets qu'ils ont sur la forme et sur le fonctionnement de la société plus en général. Suggestion utiles peuvent émerger de les nouvelles technologies (objets comme iPad de Apple ou du logiciel), mais aussi la façon dans laquelle ces technologies sont considérées par les medias comme le cinéma, la télévision, les journaux, etc. Les études sur le design en tant que configuration complexe de la marchandise sont aussi pertinents.

3) Espaces, parcours, environnements

Un intérêt particulier va aux questions relatives à l'évolution de l'espace urbaine, aux modèles de socialisation qui y émergent et la relation entre lieu réels et virtuels (avec leur relative transformations). Dans ce contexte, il convient également de mentionner le thème de l'analyse de l'espace du bureau au sens large (bureaux, commerces, espaces publics) et toutes les études qui associent la sémiotique dans la perspective anthropologique. La question de la circulation dans l'espace, les transports, crucial dans la société contemporaine, est valable pour la réflexion.

4) Cultures et visibilités

Il s'agit d'un domaine extrêmement large car comprend des études sur la culture visuelle que sur la politique, des d'études de genre à ceux de caractère anthropologique. L'intérêt sémiotique, cependant, va en particulier vers ce qu'il a à voir avec la relation entre des constructions sociales et les systèmes de représentation, avec une référence particulière aux phénomènes de l'efficacité symbolique. Dans le cas des études visuelles, par exemple, les propositions qui examinent la construction sociale de l'identité (à partir de celui d'une nation à celui d'une entreprise) seront évaluées de façon positive.

ORGANISATION

Le travail sera divisé, comme indiqué plus haut, en deux jours, dont chacun sera objet de deux séances de travail. Chacun/e des chercheuses et des chercheurs sélectionné(e)s aura 25 minutes pour présenter son exposé, en montrant la façon dont a fait usage de la méthodologie sémiotique. Après les présentations prévues pour chaque session, des *discussants* sélectionnés par les organisateurs entre le plus grands experts en sémiotique et en autres disciplines, discuterons les travaux présentés. La dernière séance sera consacrée à une table ronde réunissant les *discussants*. Dans cette table ronde on discutera l'état de la recherche en sémiotique et les orientations pour le développement futur.

Ceux qui seront sélectionnés pour présenter ses exposé lors du symposium seront hôtes dans les collèges universitaires (hébergement et repas) pour la durée du symposium (les nuits du 15, 16 et 17 Juillet) et leurs frais d'inscription seront offertes.

Il y a 14 places disponibles.



Les candidatures peuvent être envoyées en Anglais, Espagnol, Français et Italien.

Les exposés peuvent être faits en Anglais, Espagnol, Français et Italien.

CANDIDATURE

Pour participer à la sélection il faut que la candidature soit au *Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia* entre le **31 de Mai 2011** via courrier électronique ou via courrier postale à envoyer à Courrier électronique : interdoc.ciism@gmail.com.

Courrier :

Secretariat du Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia

Palazzo Passionei, Via Valerio 9

61029 Urbino

ITALIA

Les candidatures des doctorantes et des doctorants doivent contenir

- un résumé de l'exposé (jusqu'à 4000 caractères), où il faut spécifier le domaine thématique où il s'insère et de trois à cinq mots-clés ;
- une description du projet de doctorat (max 2000 caractères) où il faut mettre en évidence les relations et les intersections avec la sémiotique ;
- une déclaration concernant les langues parlées ou comprises entre Anglais, Espagnol, Français, Italien

Les doctorant(e)s des tous les années et les docteurs qui ont soutenu leur thèse pendant l'a.a. 2010/2011 sont invités à répondre à cet appel.

Les candidatures des celles/ceux qui sont partie d'un cabinet des études de marché ou d'une société de conseil doivent contenir

- un résumé de l'exposé (jusqu'à 4000 caractères), où il faut spécifier le domaine thématique où il s'insère et de trois à cinq mots-clés ;
- un CV
- un profil de l'entreprise pour laquelle ils travaillent en mettant en évidence les projets sur lesquels elles/ils ont travaillé.

Les candidat(es) retenu(e)s et toute l'organisation du colloque seront publiés sur le site Internet du Centre international d'études interculturelles de sémiotique et de morphologie (www.uniurb.it/semiotica/home.htm) par le 10 Juin, 2011.

Les candidats sélectionnés seront également avertis par courrier électronique.

Les candidatures doivent arriver entre le 31 Mai 2011

CRITERES D'EVALUATION

Les propositions seront évaluées par les organisateurs sur la base de caractéristiques novatrices par rapport à l'objet, sur la base du rôle qu'ils jouent dans le débat sémiotique, sur la base de l'originalité de l'approche par rapport aux approches traditionnellement utilisés. Pour rendre les discussions les plus organiques possibles, seront préférées les contributions qui sont les mieux placées au sein d'une ligne de recherche partagée comme elles iront se configurer en fonction de la nature des contributions envoyées.

PARTICIPATION AU COLLOQUE (AUDITEURS)

La participation est ouverte à tous ceux qui veulent s'inscrire payant la cotisation prévue (€ 50).

Pour renseignements et info plus détaillées CISISM: www.uniurb.it/semiotica/home.htm | Tel: +39.0722.305688 |

Courrier électronique: interdoc.ciism@gmail.com.



CALL FOR PAPERS

The *Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia* dell'Università di Urbino "Carlo Bo", within its annual series of colloquia, organizes the following inter-doctoral symposium

Semiotic Research 3. Intersections.

Coordinators: Alvisè Mattozzi (Università luav di Venezia) and Dario Mangano (Università di Palermo)

The Symposium will take place on **Saturday the 16th** and on **Sunday the 17th of July 2011**

INTRODUCTION

Semiotics' position within the organization of scientific knowledge is somewhat peculiar. As a discipline which analyses the processes of meaning production, Semiotics has sometimes been considered a descriptive methodology, some others an epistemology, always oscillating between a "meta" and an "infra" role, and finding applications in very different fields such as Architecture, Mathematics, Marketing, Arts, Literature, Theories of Culture etc. Certainly not an easy role which, when well played, has shown new perspectives both to traditional approaches and to Semiotics itself. Thanks to these dialogues, a relevant reservoir of semiotic knowledge now lies within studies which do not appear explicitly semiotic. The main goal of this Symposium is then double: on one hand "taking a picture" of the most original and innovative researches which have come across Semiotics and Morphology, on the other making this submerged way of thinking emerge, in order to be able to collectively compare and question issues and competences by looking at specific case studies.

On the wake of the experience of two previous editions of the Symposium, we want to consider such questions primarily moving from current doctoral researches. However, as we did in the last edition, in order to reach a non academic *milieu* where contamination between different kinds of knowledge is sometimes very intense, we want to open the Symposium also to scholars operating in market research and consultancy firms. Our purpose is to create an "heterogeneous mass" of scholars that may become a "critical mass" and eventually an "innovation driving force". We think that only through such an exchange the complexity of the contemporary world and the problems that it raises (globalization, revolution in media and in the forms of communications, new economies, environmental issues, management of urban spaces, migrations and interculturality, etc.) can be faced and positively solved. The original approaches lie into those spaces where up to now none has looked: those at the borders.

As we said, we are very open to contributions from various fields and approaches, but, in order to prevent the exchange from being too dispersive and therefore not productive, we want to point some domains of interest which the proposals will need to address. For each of those domains, a short description is provided in order to suggest some possible topics. In any case, such suggestions should not be considered a limitation to proposals which may address, within a specific domain, all possible topics.

1) Marketing and Consumptions – with the patronage of the Università IULM di Milano

Trends: trend making processes, trend effects and transformations. Economy in general, for example with regard to the issue of degrowth or post-growth (Latouche, Fabris etc.), but also with regards to how communications influences the functioning of markets (i.e. the microcredit phenomenon deeply related to diffusion of the Internet). Traditional topics such advertising and communication strategies will be taken in consideration only if contributions are highly innovative.



2) Technology and Society

The issues concerning the relationship between subjects and objects as well as the effects that such relationships may have on the form and functioning of societies. Interesting ideas may be taken from new technologies (i.e. Apple's iPad, or software) as well as from the way such technologies are considered by cinema, television, newspapers etc. Design studies are also pertinent if considered as a way to analyze the configurations of goods.

3) Spaces, Paths and Environments

Issues related to the evolution of urban spaces seem to be particularly interesting, as well as models of socialization developed in such environments. Also relationships between real and virtual spaces and their transformations. Workplace analysis (offices, companies, public spaces) and all the studies that conjugates with Semiotics and Anthropological perspectives. Issues related to movement in space, i.e. transportations, are a good starting point for reflection.

4) Cultures and Visuality

A particularly wide domain that includes studies about Visual Culture as well as about Politics, Gender Studies, Anthropology and many others. Semiotics' interest is mostly oriented toward the relationships between social constructions and systems of representation, with particular regards to phenomena related to symbolic efficacy. As for Visual Studies, for example, proposals that investigate how pictures collaborate to construct identities of various kinds (from that of a nation to that of a company) are welcome.

ORGANIZATION

The Symposium will be articulated into two days, each one hosting two sessions for a total of four sessions. Each of the selected speaker will have 25 minutes to present her/his paper, highlighting how s/he used Semiotics. At the end of each session, some discussants, selected by the coordinators among the most important experts in Semiotics as well as in other disciplines, will discuss the papers. The last session will also host a round table in which all of the discussants will make the point on the state of the art of semiotic research and will discuss about future directions and developments.

Those who will be selected to present their papers to the Symposium will be hosted (food and lodging) by the International Centre for Intercultural Studies in Semiotics and Morphology during the whole Symposium (nights 15^{th, 1}, 16 and 17th of July 2011) and will not have to pay the registration fee.

Available places: 14.

Application can be submitted in English, French, Italian and Spanish.

Papers can be presented in English, French, Italian and Spanish.

APPLICATIONS

In order to participate to selection, applications must be received by **May 31st 2011** to the International Centre for Intercultural Studies in Semiotics and Morphology via e-mail or paper mail at the following addresses:

e-mail: interdoc.ciism@gmail.com.

paper mail:

Segreteria del Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia

Palazzo Passionei, Via Valerio 9

61029 Urbino

ITALIA



Ph. D. students' applications must include:

- an abstract of the paper (up to 4000 characters), specifying the domain concerned and three/five keywords
- a description of the Ph.D. research project being carried out (up to 2000 characters) where the relations and intersections with semiotics must be highlighted.
- a statement regarding the spoken and understood languages among English, French, Italian and Spanish.

Ph.D. students of any year can send their application. Ph.Ds can send their application only if dissertation has been defended during this academic year (2010/2011).

Researchers working in market research and consultancy firms' applications must include:

- an abstract of the paper (up to 4000 characters), specifying the domain concerned and three/five keywords
- a CV
- a company profile

Deadline for application is May 31st 2011.

The selected applicants, as well as the whole organization of the Symposium, will be published on the Internet site of the International Center for Intercultural Studies in Semiotics and Morphology (www.uniurb.it/semiotica/home.htm) by **June 10th, 2011.**

Selected applicants will be also notified by e-mail.

EVALUATION CRITERIA

Most important evaluation criteria are: innovation related to the topic addressed, role played by Semiotics, originality of the approach. In order to make the debate more organic and profitable, preference will be given to contributions able to create thematically coherent sessions.

PARTICIPATION TO THE SYMPOSIUM (AUDITORS)

Participation is open to everyone.

The payment of a registration fee of € 50 is required.

For detailed information

CISISM : www.uniurb.it/semiotica/home.htm | Phone: +39.0722.305688 | e-mail: interdoc.ciism@gmail.com.



CONVOCATORIA

En el marco de sus reuniones anuales, el *Centro Internacional de Estudios interculturales de Semiótica y Morfología* de Urbino, organiza el simposio inter-doctoral

La investigación semiótica 3. Intersecciones.

Coordinadores: Alvise Mattozzi (Universidad Iuav de Venecia) y Dario Mangano (Universidad de Palermo)

El Simposio se celebrará los días **Sábado 16 y Domingo 17 de Julio 2011**

PRESENTACIÓN

La semiótica, en cuanto ciencia que estudia los procesos de significación, ocupa un lugar especial en el universo del saber científico. En ocasiones, se le ha considerado una metodología descriptiva, o bien, una epistemología, sin embargo, su papel siempre ha fluctuado entre un carácter "meta" y otro "infra". De hecho, ello no atañe solamente sus relaciones con la lingüística y la filosofía, en las que encuentra sus orígenes, más bien, a los múltiples ámbitos en donde ha encontrado temas de aplicación: de la arquitectura a las matemáticas, del marketing al arte, de la literatura a la teoría de las culturas. Un papel seguramente difícil - entre el del asesor moral y el del gran ausente, oculto pero imprescindible - que jugado de manera correcta, ha brindado a las disciplinas con las que ha entrado en contacto, valiosas oportunidades de crecimiento, de las que por otra parte, la propia semiótica se ha retroalimentado con nuevas perspectivas. Debido a estos continuos y múltiples contactos, se ha formado un acervo de conocimientos semióticos, que muy a menudo quedan ocultos en los matices de muchos estudios, que no reconocen en forma patente su naturaleza semiótica.

El objetivo principal de este Simposio es entonces doble: por un lado, presentar los tópicos más originales y productivos de las investigaciones que cruzan la semiótica y la morfología, por el otro hacer hincapié en ella, involucran a otros campos del saber, con el fin de poder colectivamente comparar y cuestionar los temas y competencias de estudios de casos específicos.

En línea con la experiencia de dos ediciones anteriores, este simposio pretende reflexionar acerca de tales preguntas, tomando como punto de partida principal las investigaciones doctorales en acto. También este año, sin embargo este año, con motivo de alcanzar también aquellos ambientes no académicos, en donde la interacción entre campos distintos del saber, es muy notable, el simposio queda abierto a los investigadores que actúan, de distintas formas, en aquellas entidades que realizan investigaciones de mercado y de asesoría a las empresas. El objeto es crear un "conjunto heteróclito" de investigadores, que pueda convertirse en una masa crítica que impulse la innovación, y que nuevas ideas y nuevas colaboraciones puedan nacer de la discusión crítica entre quienes escogieron a la semiótica como su único universo de estudio, y quienes la conectan con otros campos del saber (y con necesidades operativas definidas). De hecho, no cabe duda que la complejidad que caracteriza al actual momento histórico, así como los problemas que de ahí surgen (globalización de los mercados, revolución en los medios y las formas de la comunicación, nuevas economías, cuestión ambiental, organización y gestión de los espacios urbanos, migración y sociedades multiculturales, etc.) pueda encararse y resolverse positivamente, tan sólo al plantear enfoques originales; éstos - ya está evidente para todos - se encuentran en aquellos espacios culturales, a los que hasta hoy se ha dedicado muy poco cuidado, es decir, los espacios fronterizos.

Si bien el simposio, como ya se ha resaltado, está abierto a un amplio abanico de temas, con motivo de evitar el exceso de dispersión y la escasa productividad del diálogo que ello involucraría, este año también,



al igual que en la reunión anterior, hemos decidido especificar algunas áreas temáticas, en las que tendrán que enmarcar las propuestas. Para cada una de ellas, ha sido elaborada una descripción sintética de los tópicos en los que según los organizadores, pueden encontrarse los elementos de mayor importancia para abrir el diálogo con la semiótica. De todas formas, se trata de meros temas de reflexión y, de ninguna manera pretenden poner límites rígidos a las propuestas.

1) Marketing y consumos – con el patrocinio de la Università IULM di Milano

Las tendencias: su construcción, sus efectos y sus maneras de transformarse. La economía en general, por ejemplo en relación con el tema del decrecimiento o post – crecimiento (Latouche, Fabris etc.), pero también con todo asunto en donde las maneras de comunicar influyen en el funcionamiento de los mercados (por ejemplo, el fenómeno del micro - crédito, que surge gracias a la difusión del Internet). Temas tradicionales como la publicidad ó las estrategias de comunicación, siempre y cuando estén enfocados de alguna forma novedosa con respeto a lo que ya se conoce en el ámbito de la semiótica.

2) Tecnología y Sociedad

La cuestión de la relación sujeto-objeto y los efectos que tiene sobre la forma y el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. Conocimientos útiles provienen de las nuevas tecnologías (tales como los objetos iPad Apple, pero también el software), y las formas en que son tratados por los medios de comunicación como el cine, televisión, periódicos, etc. Se consideran también pertinentes los estudios del diseño como configuración de las mercancías.

3) Espacios, itinerarios, ambientes.

Son especialmente interesantes los problemas relacionados con la evolución de los espacios urbanos, los modelos de socialización que ahí se realizan, y la relación entre lugares reales y virtuales, con las modificaciones implicadas. En este mismo ámbito, cabe mencionar también el tema del análisis de los espacios de trabajo *sensu lato* (oficinas, empresas, lugares públicos), así como todo estudio que acople la perspectiva semiótica con la antropológica. Igualmente, el movimiento en el espacio, y de ahí, los transportes, es un importante tema de reflexión.

4) Cultura y visualidad

Se trata de un campo extremadamente amplio, pues incluye desde los estudios sobre la “visual culture” hasta los sobre política, desde los estudios de género hasta los de abolengo antropológico. Sin embargo, el interés de la semiótica involucra principalmente lo que concierne la relación entre las construcciones sociales y los sistemas de representación, con especial cuidado a los fenómenos de eficacia simbólica. En lo que se refiere a los “visual studies”, por ejemplo, se evaluarán positivamente aquellas propuestas, en donde se examinen los efectos sociales de las imágenes en la construcción de varias clases de identidades (desde la de una nación a la de una empresa).

ORGANIZACIÓN

El simposio se desarrollará durante dos días, cada uno con dos sesiones. Cada relator seleccionado, tendrá 25 minutos para presentar su ponencia, subrayando la manera con que ha utilizado la metodología semiótica. Cada sesión terminará con una discusión general, que llevarán los expertos, que habrán sido escogidos por los organizadores entre los de mayor envergadura, tanto en semiótica, como en las demás áreas culturales involucradas en los temas de las ponencias. La última sesión, se dedicará a celebrar una mesa redonda, en donde participarán los expertos, en la que se pretende elucidar el estado actual de la investigación en semiótica y las líneas para su desarrollo futuro.

A las personas que habrán sido seleccionadas para presentar su ponencia, se les obsequiarán tanto el hospedaje en las Residencias universitarias (alimentos y habitación para la noche del 15, 16 y 17 de Julio), como la cuota de inscripción al Simposio.



El cupo máximo es de 14 personas.

Las solicitudes pueden presentarse en Castellano, Francés, Inglés y Italiano.

Los trabajos pueden presentarse en Castellano, Francés, Inglés y Italiano.

SOLICITUD

Para poder participar a la selección, las solicitudes deben ser recibidas el **31 de Mayo 2011** al Centro Internacional de Estudios Interculturales de Semiótica y Morfología a través del correo o correo electrónico
Correo electrónico: interdoc.ciism@gmail.com

Correo:

Segretaria do Centro Internazionale di Studi Interculturali di Semiotica e Morfologia

Palazzo Passionei, Via Valerio 9

61029 Urbino

ITALIA

La solicitudes de los estudiantes de doctorado y de los doctores debe incluir:

- un resumen (hasta 4000 caracteres), especificando la sección correspondiente y tres palabras clave
- una descripción general de el proyecto de doctorado
- una declaración sobre los idiomas que habla y entiende Entre Ingles, Francés, Italiano y Catalan.

Estudiantes de doctorado de cualquier año puede enviar su solicitud. Doctores pueden enviar su solicitud, sólo si la tesis ha sido defendida durante este curso académico (2010/2011).

La solicitudes de los investigadores que pertenecan a una entidad de investigaciones de mercados o a una empresa de consultoría debe incluir:

- un resumen (hasta 4000 caracteres), especificando la sección correspondiente y tres palabras clave
- un *curriculum vitae*
- un perfil del centro en donde trabajan

La selección de las ponencias y el organigrama definitivo de las reuniones, será disponible a partir del 10 de Junio en el sitio Internet www.uniurb.it/semiotica/home.htm . Dentro de la misma fecha, los ponientes que hayan sido seleccionados serán contactados por correo electrónico.

Fecha límite de inscripción es 31 de Mayo 2011.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Las propuestas serán evaluadas por los organizadores de acuerdo con su contenido de innovación en relación con los temas tratados y al papel que en ellos juega la semiótica, así como con la originalidad del enfoque con respecto a los puntos de vista tradicionales. Con motivo de hacer que las discusiones, que se desarrollarán a partir de las ponencias, sean lo más homogéneas, serán escogidos de preferencia los tópicos que mejor enmarquen en aquellas líneas de investigación compartidas, que resultarán de la comparación entre las propuestas enviadas.

PARTICIPACIÓN EN EL SIMPOSIO (ASISTENTES)

La participación en el simposio, está abierta a las personas que se registren (€ 50)

Para mayor información:

CISISM : www.uniurb.it/semiotica/home.htm | Tel: +39.0722.305688 | e-mail: interdoc.ciism@gmail.com.