



21-23 febbraio 2017

lezioni 1-2  
introduzione al corso,  
cos'è la semiotica

1. Organizzazione del corso
2. Comunicazione
3. Brand e storytelling
4. Semiotica

# Organizzazione del corso

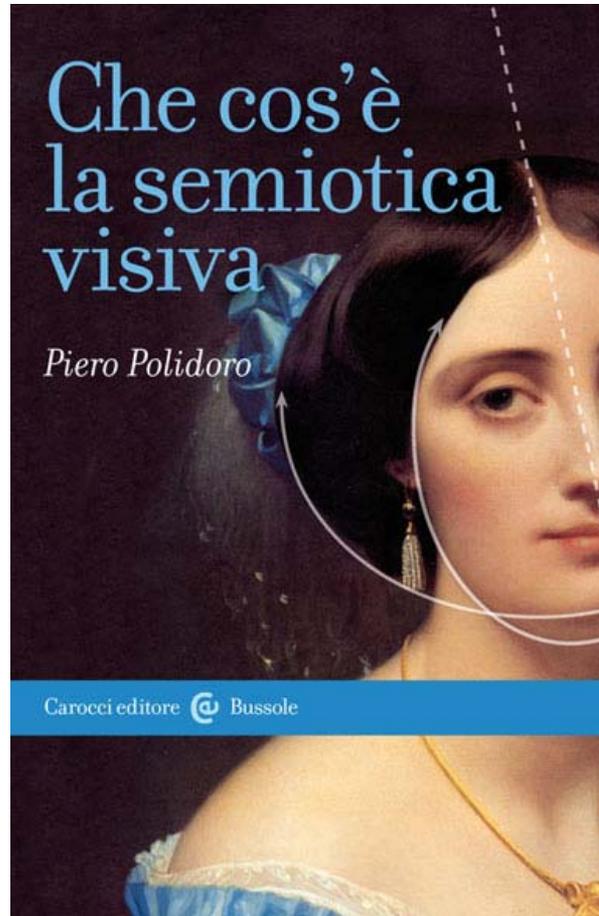
# Ricevimento

Sede Vaschette, Piano terra  
(orario da definire)

**p.polidoro@lumsa.it**



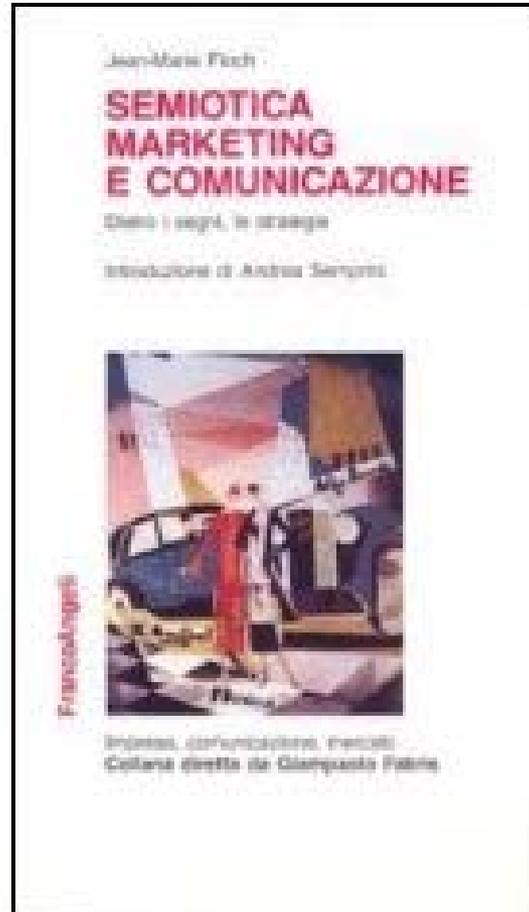
S. Traini, *Semiologia della comunicazione pubblicitaria*,  
Bompiani



P. Polidoro, *Che cos'è la semiotica visiva*, Carocci



F. Savini, *Giovani nella pubblicità per giovani*, LibreriaUniversitaria



J.M. Floch, *Semiotica, marketing e comunicazione*, Franco Angeli

# **Slide delle lezioni**

(<http://www.pieropolidoro.it>)

Pagina dedicata al corso sul sito

[www.pieropolidoro.it](http://www.pieropolidoro.it)

(per slides e informazioni approfondite)

(<http://www.pieropolidoro.it/semiotica/home.htm>)

Pagina personale del docente sul sito LUMSA

(per il ricevimento)

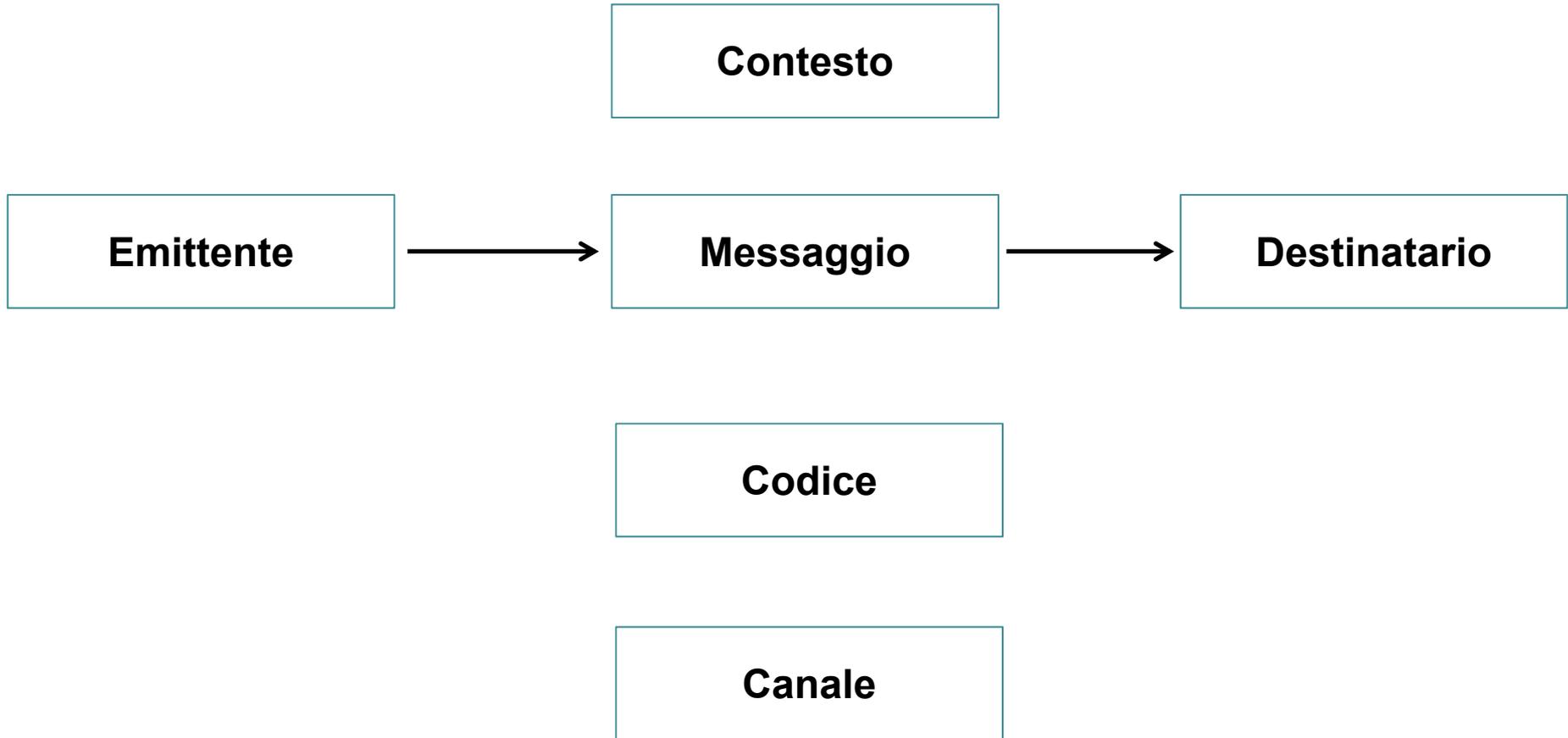
(<http://www.lumsa.it/piero-polidoro>)

Programma e testi d'esame sul sito

[Mi@Lumsa](http://Mi@Lumsa)

# La comunicazione

# Modello della comunicazione di Jakobson





**Franco Zecchin, *La moglie e le figlie accanto al cadavere di Benedetto Grado* (Palermo, 1983)**

# Brand e storytelling



iMilk 3%

	Amount	% Daily Value*
Total Fat	10g	20%
Sodium	100mg	20%
Total Sugar	10g	20%
Total Protein	10g	20%
Total Fat	10g	20%
Sodium	100mg	20%
Total Sugar	10g	20%
Total Protein	10g	20%



**iMilk**

<http://www.peddymergui.com/>



TIFFANY & CO.

- 3% -  
NATURAL YOGURT

TIFFANY & CO.

- 3% -  
Natural Yogurt



**Marca**

**Brand**

**Marchio**

# Marca

Nel linguaggio comune è spesso l'azienda, la "casa produttrice". Ma ha anche lo stesso significato tecnico di brand.

(cfr. L. Minestrone, *La marca*, Lupetti)

# Marchio

È un segno distintivo, come per esempio un simbolo grafico. In inglese è il "trademark".

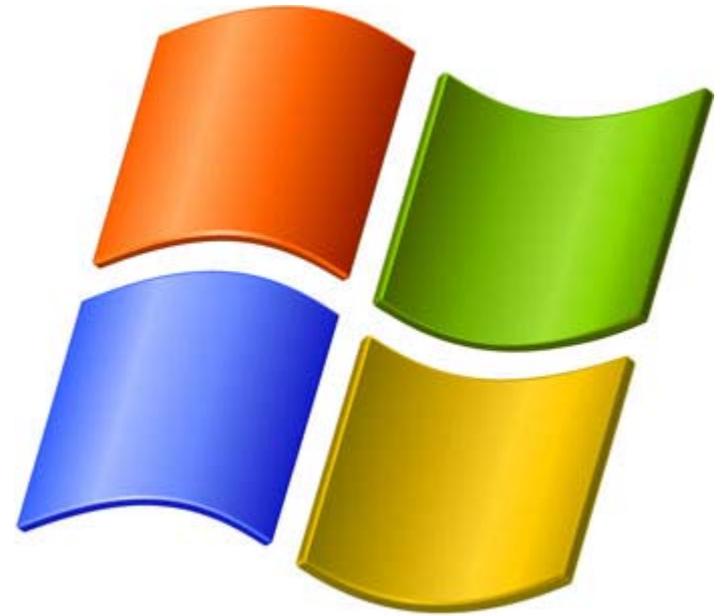
(cfr. L. Minestrone, *La marca*, Lupetti)

# Brand

Il brand, la marca (in senso tecnico) è un'idea, un soggetto complesso che viene distinto (per es. attraverso il marchio).

È un insieme di valori, di significati, di storie...

(cfr. L. Minestrone, *La marca*, Lupetti)



***Microsoft***<sup>®</sup>



# Quanto è importante il brand?



<https://www.youtube.com/watch?v=PEHNrqPkefl> (23:15-24:05)

Progetto di marca  
(visioni, intenzioni, programma della marca)



Manifestazioni  
(progetto di marca manifestato)

Complicando un po' le cose...  
(rielab. da Carmagnola; Grandi)

Corporate Identity  
(= Progetto di marca)

Visual Identity  
e altri aspetti del  
discorso di marca

Altri discorsi  
sulla marca,  
ma non della marca

Manifestazioni  
(progetto di marca  
manifestato)

*interpretazione*

*interpretazione*

Corporate Image

**Che cosa costruisce l'immagine, dà  
senso al prodotto?**

**Per esempio la pubblicità**

**Veicola contenuti, racconta storie...**

**Il testo è sempre una macchina che  
è stata costruita,  
anche se inconsapevolmente.**

**Non esiste un testo “ingenuo”.**

# Semiotica

**La semiotica è una  
disciplina che studia  
la costruzione del senso  
e la narratività.**

**Il segno è**  
***qualcosa che sta per***  
***qualcos'altro***

**I sistemi di segni  
(e delle regole  
che ci permettono di usarli)  
sono i *linguaggi*.**

**Un tempo si parlava di  
*codici*.**

**L'esistenza di un collegamento fra qualcosa e qualcos'altro, l'esistenza di un sistema di segni è la *significazione*.**

***La comunicazione, invece,*  
è il processo concreto  
in cui gli elementi  
di un sistema di significazione  
vengono effettivamente usati.**

**La semiotica non ha mai studiato i singoli segni. E in pratica non ha mai studiato solo i singoli codici o linguaggi.**

**La semiotica ha sempre studiato questi codici/linguaggi alla prova.**

**Ciò significa che la semiotica ha sempre studiato i prodotti di un processo di comunicazione:**

## **I TESTI**

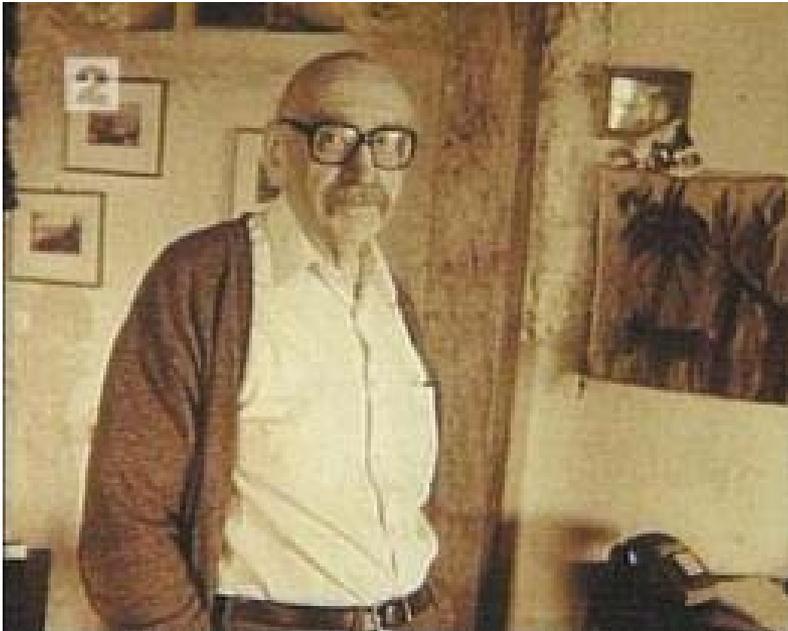
**E ovviamente i sistemi di significazione che permettono la comunicazione.**

**Scopo di questo corso:  
Dare gli strumenti  
per l'analisi del testo**

- **è un'analisi qualitativa**
- **porta a un giudizio critico**
- **valuta la coerenza dei testi**



## Le due scuole della semiotica



Semiotica generativa  
(Algirdas Julien Greimas)

*Semiotica per la  
comunicazione d'impresa*  
(II semestre)



Semiotica interpretativa  
(Umberto Eco)

*Semiotica*  
(I semestre)

**ATTENZIONE:** Il corso di semiotica è per i curricula in "Comunicazione culturale e percorsi audiovisivi" e "Giornalismo, uffici stampa...". Qui viene indicato solo per informare che nel I semestre si è tenuto un altro corso di semiotica, dedicato alla teoria interpretativa.

Traini, *Semiotica della comunicazione pubblicitaria*, capitolo 5  
("La semiotica e la marca")