



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il
Tribunale di Palermo
n. 2 del 17 gennaio 2005
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati
gli articoli possono essere riprodotti a
condizione che venga evidenziato che
sono tratti da www.ec-aiss.it

Metodo ed etnografia: pratiche quotidiane/pratiche di consumo

Piero Polidoro

Gli interventi che compongono questa sessione sono accomunati dall'intenzione di mostrare la flessibilità della semiotica e la sua capacità di portare riflessioni e punti di vista nuovi in diversi campi. Dal consumo alla danza religiosa, dalla vita comunitaria alla comunicazione di moda, la semiotica estende il concetto classico di testo ad altri insiemi strutturati che realizzano sistemi di significazione: in questo modo il suo metodo può essere applicato per rendere conto della costruzione e dell'emersione del senso anche nelle pratiche quotidiane e, in generale, nei vari aspetti della nostra esperienza.

Il primo articolo, di Tiziana Barone, è un esempio di come la semiotica, con il suo apparato teorico e i suoi strumenti metodologici, possa interagire con altre discipline e possa dare un importante contributo nella comprensione e nel miglioramento di pratiche aziendali e professionali. Barone parte dall'analisi dei KPI (cioè gli indicatori di performance) usati dal marketing nel settore del retail: share, unit per transaction, scontrino medio, fidelity, ecc. Si tratta di indicatori puramente numerici, il cui senso può però essere riarticolato e approfondito a partire dalle riflessioni di Jean-Marie Floch e da alcuni strumenti semiotici. I KPI, per esempio, possono essere messi in relazione reciproca attraverso alcune categorie oppostive, come pubblico/privato e interno/esterno.

Bianca Terracciano, invece, dedica il suo contributo all'impiego della semiotica nell'analisi della moda e, in particolare, della social moda, cioè della comunicazione della moda attraverso i social media. Secondo l'autrice il modello di analisi elaborato da Barthes va superato, perché è troppo schiacciato sull'analisi del linguaggio verbale. Oggi la moda viene comunicata in modo diverso e, pur rimanendo valida gran parte dell'impostazione barthesiana, vanno aggiunti e integrati nuovi strumenti di analisi. Terracciano propone quindi di costituire un vero e proprio kit, che attinga anche alla teoria generativa e a quella interpretativa, e in questo modo possa offrire sulla moda un punto di vista nuovo e più approfondito rispetto all'appiattimento delle analisi del *sentiment* o di altri approcci quantitativi.

Con l'articolo di Paolo Ricci l'attenzione si sposta dall'intreccio fra semiotica, comunicazione e marketing (per riprendere il titolo del celebre libro di Floch) al modo in cui il cinema racconta i nostri spazi e, in particolare, le nostre città. Ricci sceglie di analizzare il caso di Roma, certamente la città che in Italia ha intrecciato un rapporto più stretto (in alcuni casi simbiotico) con il cinema e i suoi autori. Il modo in cui una città e le mille reti che la costituiscono si rappresentano in un testo cinematografico viene mostrato attraverso l'analisi di un cortometraggio di Mario Monicelli dedicato al rione in cui viveva: *Vicino al Colosseo... c'è Monti* (Italia, 2008). In una ventina di minuti Monicelli ricostruisce i suoi percorsi all'interno del quartiere, che appare come un'entità a sé stante, una comunità contrapposta alla città che la include.

L'ultimo contributo di questa sezione è di Giulia Borraccino e si colloca a cavallo fra tre discipline da sempre strettamente legate fra di loro: la semiotica, l'estetica e gli studi sul folklore. Il suo oggetto di



indagine è il *Bharata Natyam*, una danza indiana con un forte significato rituale e religioso. Lo scopo di Borraccino è dimostrare che, pur mantenendo la loro importanza, i sistemi notazionali sviluppati – soprattutto in Occidente – per “trascrivere” i passi di danza non sono sufficienti a una piena comprensione di ciò che è e significa danzare. La semiotica può non solo aiutare a segmentare meglio il livello dell’espressione, fatto di corpo e posizioni, ma anche ad articolare il livello del contenuto. Nel caso della *Bharata Natyam*, per esempio, Borraccino analizza i sistemi di relazioni e di ruoli che si vengono a realizzare e, soprattutto, la sintagmatica narrativa sottesa al *margam*, un tipo particolare di rappresentazione di questa danza, che segue regole e schemi molto precisi. Nel *margam*, infatti, si realizza un vero e proprio percorso narrativo e patemico, che solo gli strumenti della semiotica possono rilevare.