

Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica Università degli Studi di Urbino “Carlo Bo”

21-22 luglio 2007:

Bricolage e significazione. Jean-Marie Floch: pratiche descrittive e riflessione teorica/

Coordinatori: Giulia Ceriani (Università di Siena)/ Gianfranco Marrone (Università di Palermo)

L'incontro di studi mira a riprendere e ridiscutere, ad alcuni anni dalla sua prematura scomparsa, le originali ricerche semiotiche di Jean-Marie Floch nel campo dei linguaggi visivi, della comunicazione pubblicitaria, del marketing, del design, della fotografia, del fumetto, della moda, degli oggetti, cosTM come di molti altri aspetti della vita quotidiana e del mondo dei media. L'originalità di queste ricerche ha diverse valenze. Da una parte deriva da uno straordinario stile di lavoro che mirava innanzitutto a “mordere sul reale”, ossia a rendere operativi i modelli semiotici in terreni generalmente trascurati dall'indagine sulla significazione (il marketing, il design...), con notevoli ritorni in termini conoscitivi ed ermeneutici. Da un'altra parte dipende dall'aver volta per volta saputo integrare a tali modelli semiotici, sulla base di specifiche esigenze d'analisi e di comprensione, esperienze teoretiche e categorie interpretative provenienti da altri campi di studio (storia dell'arte, antropologia fisica, etnologia strutturale etc.), allargando cosTM sia il raggio d'azione della scienza della significazione sia, soprattutto, il suo bagaglio teorico. CosTM, la nozione lévi-straussiana di *bricolage*, che Floch ha utilizzato per spiegare alcuni fenomeni mediatici contemporanei, può perfettamente essere applicata al suo stesso lavoro, nel suo nesso costitutivo e irrinunciabile fra pratiche descrittive e riflessione teorica.

L'ipotesi di lavoro che ha portato all'ideazione e all'elaborazione di questo progetto è quella di ricostruire sin dalle sue basi il lavoro di uno studioso la cui eredità intellettuale e il cui insegnamento empirico, meritano ancora di essere ripresi, aggiornati e approfonditi, come testimonia la fortuna editoriale di testi come *Semiotica marketing comunicazione* (Franco Angeli) o *Identità visive* (Franco Angeli), nonché la pubblicazione di altri suoi lavori (*Forme dell'impronta, Bricolage*).

21-22 juillet 2007:

Bricolage et signification. Jean-Marie Floch: pratiques descriptives et réflexion théorique/

Coordinatori: Giulia Ceriani (Università di Siena)/ Gianfranco Marrone (Università di Palermo)

Ce séminaire vise à reprendre et rediscuter, quelques années après sa mort prématurée, les recherches originales de Jean-Marie Floch dans le domaine des langages visuels, de la communication publicitaire, du marketing, du design, de la photographie, des bandes dessinées, de la mode, des objets, ainsi que autour de beaucoup d'autres aspects de la vie quotidienne et du monde des médias. L'originalité de ces recherches a plusieurs valences. D'un côté elle dérive d'un extraordinaire style de travail qui visait premièrement à "mordre sur le réel", c'est-à-dire à rendre opératifs des modèles sémiotiques dans des domaines normalement négligés par la recherche sur la signification (le marketing, le design...), avec de considérables retours en termes de connaissance et herméneutique. D'un autre côté elle vient de la capacité d'avoir su intégrer à chaque fois à ces modèles sémiotiques, sur la base d'exigences spécifiques d'analyse et de compréhension, des expériences théoriques et des catégories interprétatives relevant d'un autre champ d'études (histoire de l'art, anthropologie physique, ethnologie structurelle etc.) : ce qui a permis d'élargir ainsi le terrain d'action de la science de la signification aussi bien que, surtout, son bagage théorique. Ainsi, la notion lévi-straussienne de *bricolage*, que Floch a utilisé pour expliquer certains phénomènes médiatiques contemporains, peut être parfaitement appliquée à son propre travail, dans sa liaison constitutive et essentielle entre les pratiques descriptives et la réflexion théorique. L'hypothèse de travail qui a porté à l'idéation et à l'élaboration de ce colloque est celle de reconstruire à partir de ses bases le travail d'un chercheur dont l'héritage intellectuel et l'enseignement empirique méritent d'être encore repris, mis à jour et approfondis, comme en témoignent le succès éditorial de textes comme *Sémiotique, marketing et communication* ou *Identités visuelles*, ainsi que la publication en Italie d'autres parmi ses travaux (*Formes de l'empreinte, Bricolage*).

21-22 July 2007

Bricolage and signification. Jean-Marie Floch: analytic practices and theoretical perspectives

Coordinatori: Giulia Ceriani (Università di Siena)/ Gianfranco Marrone (Università di Palermo)

The aim of this conference is to retrieve and discuss Jean Marie Floch's original semiotic researches some years after his premature departure. During his life, he has worked on several different fields like visual languages, advertising, marketing, design, photography, comics, fashion, objects etc. bringing in all of them an original point of view. His originality is worth a lot in today's semiotics because it comes on the one hand from an extraordinary working style whose main point was "biting the real", that is making semiotic models working in fields usually neglected by the signification research with tremendous incomes in cognitive and hermeneutic terms. On the other hand, it has to do with his ability to integrate semiotic models with theoretical and interpretative categories coming from other fields (art history, physical anthropology, structural ethnology etc.), this way enlarging both the range of action of the science of signification and its theoretical ground. Levi Strauss' concept of bricolage, for example, which has been used by Floch to explain some mediatic phenomena, can be perfectly applied to his work itself because it bridges between descriptive practices and theoretical reflection.

Reconsidering from the foundation the activity of a researcher whose intellectual inheritance and empiric teachings still deserve to be revived, updated and focused is the working hypothesis which has led to the conceiving and drawing up of this project whose relevance is testified by the editorial luck of Floch's books *Semiotics, marketing and communication. Beneath the signs the strategies* (Palgrave), *Visual identities* (Continuum), as well as his other recently republished works (*Forme dell'impronta* and *Bricolage*).

