

Castello Pasquini
Castiglioncello

La Comunicazione
volti e forme

Giovedì 13 Agosto

Ore 18,00 - Sebastiano Bagnara - Giovanni Manetti

Come comunicano
le macchine

Lunedì 17 Agosto

Ore 18,00 - Maurizio Boldrini - Omar Calabrese

Come comunicano
i politici

Mercoledì 19 Agosto

Ore 18,00 - Marcello Morelli - Francesco Pira

Come comunicano
imprese ed istituzioni

Giovedì 20 Agosto

Ore 18,00 - Giovanni Manetti - Ugo Volli

La comunicazione
seduttiva

La Comunicazione

Non si può non comunicare? È il celebre motto di Wittgenstein e significa che ogni comportamento, anche quello apparentemente meno significativo, persino il silenzio, veicola necessariamente un messaggio (non fosse altro, al limite, che quello che non si desidera entrare in relazione comunicativa). Queste considerazioni dicono ungià sull'importanza della comunicazione a tutti i livelli della vita sociale - importanza del resto sempre recentemente riconosciuta in tutta la sua ampiezza e tematizzata. Ma non dicono ancora tutto sul ruolo fondamentale che i fatti comunicativi hanno assunto nella nostra attuale società. Questa nuova importanza è frutto soprattutto delle tecnologie, vecchie e nuove, che rendono possibile il comunicare: nei formati che, stabili, compaiono per un istante della gran rete degli media mondiali di ritorno; nei computer collegati a livello mondiale (come Trovò non soltanto uno strumento tecnico che facilita la comunicazione a distanza, ma un vero e proprio interlocutore; con la "macchina" l'uomo interagisce o si confronta proprio come un altro essere umano (ci non ricorda il celebre computer dell'astronave di Cressa nello spazio, per molti versi precursore di una realtà che si è fatta attuale?). Ma la comunicazione non si situa in uno spazio neutro ed asettico, bensì coinvolge passioni e conflitti: in particolare quelli politici. La comunicazione politica - all'interno di quella massmediatica in genere - prevede strategie finalizzate alla creazione di consenso, che oggi si realizzano attraverso la diffusione dei messaggi programmatici e delle immagini dei personaggi politici (non rari in questi giorni) riversati rispetto al passato in un panorama in cui le rapide forme di diffusione e di riproduzione delle ideologie mediatiche sono state fortemente indolite dai processi di omologazione culturale. Accanto alla comunicazione politica, che amplia gamma di tutte quelle forme comunicative che fanno della seduzione il fulcro del loro meccanismo (i pubblicità, il marketing, ma anche la moda, le vetture dei negozi, il mondo della comunicazione giovane, dalle discoteche ai concerti rock, per fare solo alcuni esempi). Sono forme in cui ad una forte elaborazione del messaggio, che rende visibile e dà un corpo all'oggetto di desiderio, si affianca una debole pressione sul ricevente al fine di indurre in esso un voler fare o un voler essere. Un ruolo sempre più importante la comunicazione va assumendo nel concorre a determinare il successo delle attività imprenditoriali e nel buon funzionamento delle istituzioni. Non sembra oggi pensabile una corretta gestione delle imprese private e degli apparati statali senza l'elaborazione di strategie specifiche ed efficienti, che garantiscano l'interfaccia adeguata con il contesto sociale ed economico in cui le imprese e istituzioni si situano. Non è, infine, un caso che la nuova importanza assunta dalla comunicazione nel panorama contemporaneo abbia generato anche una classe professionale particolare: la classe dei comunicatori, che accanto a figure più consuete e tradizionali come quella del giornalista, affianca figure più moderne come quelle dell'esperto di pubbliche relazioni o del moderatore nel mercato e nella diffusione di eventi culturali. Di tutto questo variegato, complesso ed affascinante panorama il ciclo di conferenze vuole dare ragione, in modo sintetico, completo, ma soprattutto piacevole e leggero - di una leggerezza calviniana - proponendo i volti e la parola di alcuni dei suoi principali protagonisti.

Giovanni Manetti

Giovanni Manetti

È docente di Semiotica presso il Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena. Ha pubblicato saggi sulle teorie comunicative, sulla semiotica del cinema, sulla retorica. È autore di *Le teorie del segno nell'antichità classica* (Bompiani, 1987), tradotto in inglese presso la Indiana University Press, 1990; *Spazi e giochi nell'antichità classica* (Bollmann, 1989); *La teoria della comunicazione* (Bologna, 1996). È coautore di *La grammatica*

dell'arguzia (Bompiani, 1977); *La parola del decano* (L'Espresso, s.m.); *1979, 74, febbraio* (MOTEST, 1988); *Ha curato i volumi Segno di Antiqua* (Antiqua di Segno Bompiani, 1985); *Lezioni in Proseme* (Bompiani, 1986); *Cinque di più: il cibo nella letteratura greca* (Zanichelli, 1994); *Knowledge through Signs. Ancient Semiotic Theories and Practices* (Sagepub, 1995). È direttore della rivista *Symbolon*.

Sebastiano Bagnara **Maurizio Boldrini**

È professore ordinario di Psicologia presso l'Università di Siena dove ricopre la carica di Vicedirettore. È Presidente del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione. È stato presidente della Società Italiana di Ergonomia e della Associazione Europea di Ergonomia Cognitiva. Ha pubblicato vari lavori scientifici su temi relativi ad interazioni. Ha, tra l'altro, pubblicato i seguenti saggi: *La psicologia del lavoro* (Bologna, 1980); *Ergonomia del Software* (CLUEP-Milano).

Giornalista professionista, ha lavorato al *Giornale*, *Corriere*, a *Passo Sesto*, all'Unità. Alla fine degli anni '60 ha diretto la propaganda regionale e nazionale del PCI. Attualmente dirige l'Ufficio Comunicazione dell'Ateneo Senese e insegna Teoria e tecniche del linguaggio giornalistico al Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena.

Omar Calabrese **Marcello Morelli**

È docente di Semiotica della Arti al Corso di Laurea di Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena e di Sociologia della Cultura all'Università di Milano. È Professore di Teologia Santa Maria della Scala di Siena. Ha insegnato nelle maggiori università del mondo (Velle, Harvard, Princeton, New York University di Parigi, etc.). L'opera *La vita come semiotica* (Collana di Scienze della Scuola, Alinari) (da anni libri di testo) *Mediologia*, 1987; *Le leggende italiane*, 1988; i volumi *Teoria e lingua*, il suo ultimo lavoro *La Comunicazione e la politica italiana nell'età del medio*.

Ingegner elettronico, è entrato in IBM nel 1961, occupandosi per oltre venti anni dell'area delle relazioni esterne e della ricerca scientifica. Una volta in pensione, ha svolto numerosi incarichi scientifici e culturali con la Fondazione IEM (Già) e successivamente è stato consulente della IBM per l'area delle relazioni. È attualmente docente di Teoria e Tecniche della Comunicazione all'interno del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione dell'Università di Siena e del Corso di Specializzazione in Analisi e gestione della comunicazione dell'Università di Roma. Tra i maggiori risultati di oltre ottanta articoli scientifici ed è autore o coautore di numerosi volumi. Tra i titoli pubblicati: *Il sistema di segni* (Einaudi, 1968); *La cultura della memoria* (Einaudi, 1967); *La comunicazione d'impresa e la promozione dell'impresa*, Franco Angeli 1997.

Francesco Pira **Ugo Volli**

Giornalista professionista, è stato capo ufficio stampa di Aldo Moro e del Gruppo Montedison Comunicazione. Ha collaborato con varie testate nazionali ed ha diretto il Tg di due emittenti locali in Sicilia. Da cinque anni è il più stretto collaboratore di Maurizio Marazziti, vicepresidente e assessore alla Comunicazione della Regione Toscana. Insegna a contratto Teoria e tecniche della Comunicazione di messa presso la scuola di Scienze della Formazione dell'Università di Trieste. Collabora con l'università di Siena e con l'Istituto superiore di Comunicazione di Milano.

È docente di Filosofia del Linguaggio presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Bologna, dove insegna pure Semiotica della moda presso il Corso di Perfezionamento per Operatori della Moda. Ha tenuto corsi, conferenze e seminari alla didattica in numerose istituzioni e nelle più importanti università italiane e straniere. Ha lavorato a lungo nell'editoria libraria. Ha pubblicato oltre un centinaio di articoli scientifici e svolge una ricca attività di critica letteraria e di saggi giornali e settoriali. Tra i suoi libri: *Arte e Scienze* (Mazzotta, 1972); *L'acquario dell'astrologia* (Bompiani, 1988); *Contro la moda* (Feltrinelli, 1989); *Approdo dell'abito* (Feltrinelli, 1991); *Il libro della comunicazione* di Saggiatore, 1994); *Il ragionevole - istituzioni per l'opinione* (Einaudi, 1995); *La cultura* (1995); *Fascino* (Feltrinelli, Milano, 1997); *Book mode* (Lupatù 1998).

La Comunicazione
Castello Pasquini
Castiglioncello



A. Bagnara - A. Boldrini - O. Calabrese - M. Morelli - F. Pira - U. Volli