



Immagine efficaci Efficacious images

“Viviamo nella società delle immagini” è ormai una frase senza senso. Se tutto è immagine, come distinguere tra visione e visione, a ognuna attribuendo una certa fattura, significazione, presa sul reale? Da tempo la semiotica si è data il compito di capire la sintassi delle immagini, il modo in cui forme, colori, posizioni e texture disegnano ciò che vediamo. Si è poi anche data l’obbiettivo, più arduo, di sviluppare un discorso razionale, intersoggettivamente controllabile, scientifico, sul senso delle immagini, su ciò che accade al soggetto e alla cultura quando un’icona si forma, circola, colpisce l’occhio e la mente. Questo numero di *Lexia* accoglie una sfida ulteriore: non basta conoscere la fabbrica formale delle immagini, né fissarne il senso nel triangolo fra mente, società, e cultura. È necessario anche spingere lo studio semiotico oltre, verso una pragmatica del visivo, per comprendere il modo in cui le immagini esercitano un’agentività nel mondo. Immagini efficaci, immagini inefficaci. Immagini che fanno fare, pensare, sentire, ovvero che falliscono nelle loro ingiunzioni. Della misteriosa capacità dell’icona di aprire un nuovo sentiero nella realtà si occupano i numerosi saggi riuniti in questo volume.

Contributi di / Contributions by Massimo Leone, Ugo Volli, Martín Miguel Acebal, Miguel Bohórquez Nates, Claudio Guerri, Cristina Voto, Agustina Pérez Rial, Mattia Thibault, Véronique Plesch, Guido Ferraro, Francesca Polacci, Martina Corgnati, Santos Zunzunegui, Gian Marco De Maria, Giulia Nardelli, María Isabel Filinich, Alessandra Chiàppori, Gianfranco Marrone, Simona Stano, Gabriele Marino, Paolo Peverini, Marianna Boero, Philippe Ricaud, Valentina Manchia, Vivien Lloveria, Federica Turco, Ludovic Chatenet, Valeria De Luca, Sémir Badir, Tatsuma Padoan, Elsa Soro, Patrizia Violi, Lazaros Papoutzis, Argyris Kyridis, Anastasia Christodoulou, Nikos Fotopoulos, Ifigeneia Vamvakidou, Antonio Santangelo, Carlos Federico González Pérez, Patrick J. Coppock.

In copertina / Cover
Ragnatela sulla Passerelle Saint-Vincent, Lione.

ISSN 1720-5298-17

euro 52,00

ISBN 978-88-548-7680-4



9 788854 876804

Immagine efficaci / Efficacious images

ARACNE

IMMAGINI EFFICACI EFFICACIOUS IMAGES

a cura di
Massimo Leone



LEXIA. RIVISTA DI SEMIOTICA

LEXIA. JOURNAL OF SEMIOTICS

17-18

Lexia

Rivista di semiotica

Direzione / Direction

Ugo VOLLI

Comitato di consulenza scientifica /

Scientific committee

Fernando ANDACHT

Kristian BANKOV

Pierre-Marie BEAUDE

Denis BERTRAND

Omar CALABRESE †

Marcel DANESI

Raúl DORRA

Ruggero EUGENI

Guido FERRARO

José Enrique FINOL

Bernard JACKSON

Eric LANDOWSKI

Giovanni MANETTI

Diego MARCONI

Gianfranco MARRONE

Isabella PEZZINI

Roland POSNER

Marina SBISÀ

Michael SILVERSTEIN

Darcilia SIMÕES

Frederik STJERNFELT

Peeter TOROP

Eero TARASTI

Patrizia VIOLI

Redazione / Editor

Massimo Leone

Editori associati di questo numero /

Associated editors of this issue

Juan Alonso-Aldama, Fernando Andacht, Sémir Badir, Patrizia Calefato, Eleonora Chiais, Alessandra Chiappori, Paul Cogley, Elena Codeluppi, Dario Compagno, Giovanna Cosenza, Cristina Demaria, Nicola Dusi, Daniela Ghidoli, Alice Giannitrapani, Paolo Heritier, Eric Landowski, Theo Van Leuwen, Edoardo Lucatti, Alessandra Luciano, Costantino Maeder, Francesco Mangiapane, Gabriele Marino, Francesco Marsciani, Tiziana Migliore, Neyla Pardo, Francesca Polacci, Maria Pia Pozzato, Gianpaolo Proni, Ruggero Ragonese, Daniele Salerno, Elsa Soro, Lucio Spaziante, Simona Stano, Mattia Thibault

Sede legale / Registered Office

CIRCE “Centro Interdipartimentale
di Ricerche sulla Comunicazione”

con sede amministrativa presso
l’Università di Torino

Dipartimento di Filosofia

via Sant’Ottavio, 20

10124 Torino

Info: massimo.leone@unito.it

Registrazione presso il Tribunale di
Torino n. 4 del 26 febbraio 2009

Amministrazione e abbonamenti /

Administration and subscriptions

Aracne editrice int.le S.r.l.

via Raffaele Garofalo, 133/A-B

00173 Roma

info@aracneeditrice.it

Skype Name: aracneeditrice

www.aracneeditrice.it

*La rivista può essere acquistata nella sezione
acquisti del sito www.aracneeditrice.it*

*È vietata la riproduzione, anche parziale, con
qualsiasi mezzo effettuata compresa la fotocopia,
anche a uso interno o didattico, non autorizzata*

I edizione: ottobre 2014

ISBN 978-88-548-7680-4

ISSN 1720-5298-17

Stampato per conto della Aracne editrice
int.le S.r.l. nel mese di ottobre 2014 presso la
tipografia « Ermes. Servizi Editoriali Integrati
S.r.l. » di Ariccia (RM).

«Lexia» adotta un sistema di doppio refe-
raggio anonimo ed è indicizzata in SCO-
PUS-SCIVERSE

«Lexia» is a double-blind peer-reviewed jour-
nal, indexed in SCOPUS-SCIVERSE

Lexia. Rivista di semiotica, 17–18

Immagini efficaci

Lexia. Journal of Semiotics, 17–18
Efficacious images

a cura di
edited by
Massimo Leone

Contributi di

Massimo Leone
Ugo Volli
Martín Acebal
Miguel Bohórquez Nates
Claudio Guerri
Cristina Voto
Martín Miguel Acebal
Agustina Pérez Rial
Mattia Thibault
Véronique Plesch
Guido Ferraro
Francesca Polacci
Martina Corgnati
Santos Zunzunegui
Gian Marco De Maria
Giulia Nardelli
María Isabel Filinich
Alessandra Chiàppori
Gianfranco Marrone
Simona Stano
Gabriele Marino

Paolo Peverini
Marianna Boero
Philippe Ricaud
Valentina Manchia
Vivien Lloveria
Federica Turco
Ludovic Chatenet
Valeria De Luca
Sémir Badir
Tatsuma Padoan
Elsa Soro
Patrizia Violi
Lazaros Papoutzis
Argyris Kyridis
Anastasia Christodoulou
Nikos Fotopoulos
Ifigeneia Vamvakidou
Antonio Santangelo
Carlos Federico González Pérez
Patrick J. Coppock



Copyright © MMXIV
ARACNE editrice int.le S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Quarto Negroni, 15
00040 Ariccia (RM)
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-7680-4

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: ottobre 2014

La ricerca che ha portato a questo volume è stata svolta presso il Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università degli Studi di Torino.

Indice / *Table of Contents*

- II Prefazione / *Preface*
Massimo Leone

Parte I Teorie

Part I Theories

- 17 Leggere le immagini?
Ugo Volli
- 43 *Détrompe l'oeil*: come disfare cose con le immagini
Massimo Leone
- 73 La manumisión de las imágenes
Martín M. Acebal, Miguel Bohórquez Nates, Claudio Guerri, Cristina Voto
- 93 Repensando las promesas de la imagen
Martín M. Acebal, Agustina Pérez Rial
- 109 Immagini agentive: uno sguardo biosemiotico
Mattia Thibault

Parte II Supporti e dispositivi

Part II Platforms and Devices

2.1 L'agentività dei dipinti /
The agency of paintings

- 129 Come capire i graffiti di Arborio
Véronique Plesch
- 151 Faire–faire, faire–être, le pouvoir du discours narratif iconique (Giotto, Vie de Saint François, Assisi)
Michel Costantini
- 169 Degas e la pittura “fotografica”: la questione del *realismo* nella prospettiva della semiotica “neoclassica”
Guido Ferraro
- 193 Neutralizzare il far fare dell’immagine: sul motivo della finestra in Matisse
Francesca Polacci
- 219 “Je te cherche... depuis 1000 ans”. Meret Oppenheim and Alberto Giacometti
Martina Corgnati

2.2 L'agentività dei film /
The agency of movies

- 251 Vivir por cerrar los ojos. Figuratividad y eficacia simbólica en *El espíritu de la colmena* (Víctor Erice, 1973)
Santos Zunzunegui
- 267 Ai margini del desiderio: quattro passi nel fuoricampo cinematografico
Gian Marco De Maria
- 281 Poetiche del reale. Percorsi dell’immagine cinematografica tra strategie di rappresentazione ed effetti di realtà: *Elephant* e *Bowling for Columbine* a confronto
Giulia Nardelli

2.3 L'agentività della scrittura /
The agency of writing

- 297 Imagen y voz. La fuerza modal de la escritura
María Isabel Filinich
- 315 Le immagini difficili. Considerazioni semiotiche sul ruolo
 della fotografia in *L'avventura di un fotografo* di Italo Calvino
Alessandra Chiàppori

2.4 Agentività sinestetiche /
Synaesthetic agency

- 331 Gustare con gli occhi: l'enunciazione in *Masterchef*
Gianfranco Marrone
- 353 Tra regimi dietetici e regimi di senso. Il ruolo del linguaggio
 iconico nelle diete degli *health and fitness magazine*
Simona Stano
- 377 *Trompe-l'oreille*. Note sulla musica che inganna
Gabriele Marino

Parte III
Campi

Part III
Fields

3.1 Immagini agentive e pubblicità /
Images, agency, and advertisement

- 425 L'agentività delle immagini nella comunicazione *public interest*.
 Strategie della veridizione
Paolo Peverini

- 445 Famiglia modello, modelli di famiglia. L'agentività delle immagini pubblicitarie
Marianna Boero

3.2 Immagini agentive e prova /
Images, agency, and evidence

- 465 L'image «instituant» en science: l'exemple des reconstitutions de l'homme préhistorique
Philippe Ricaud

- 487 Immagini che raccontano storie. Pratiche e strategie di rappresentazione in due esempi di *data visualization*
Valentina Manchia

- 505 (D)énonciation visuelle et coopération de l'image
Vivien Lloveria

3.3 Immagini agentive e corpo /
Images, agency, and the body

- 527 Dalla performance all'azione. *The artist is present*: Marina Abramović
Federica Turco

- 549 L'image comme trace en mouvement. Du corps du geste au corps de l'image
Ludovic Chatenet, Valeria De Luca

- 569 Projections graphiques de quelques espaces de la vie sociale au Japon
Sémir Badir

- 593 Drawn by Images. Control, Subversion and Contamination in the Visual Discourse of Tokyo Metro
Tatsuma Padoan

- 615 Sensibili, virali, partecipate: sull'efficacia delle mappe
Elsa Soro
- 3.5 Immagini agentive e identità /
Images, agency, and identity
- 633 Immagini per ricordare, immagini per agire. Il caso della
Guerra Sucia argentina
Patrizia Violi
- 665 Football Stickers and Slogans as Creators of 'Special' Identi-
ties. The Case of Aris FC Thessaloniki
L. Papoutzis, A. Kyridis, A. Christodoulou, N. Fotopoulos, I. Vamvakidou
- 685 L'agentività dell'immagine dei politici: riflessioni semiotiche
sulla campagna di Matteo Renzi per le elezioni primarie del
candidato premier del Partito Democratico alle politiche del
2013
Antonio Santangelo
- 707 Un abordaje semiótico de la señalización organizacional de
un museo argentino: hacia la recuperación de los sistemas
interpretativos de las imágenes materiales visuales conceptua-
les
Carlos Federico González Pérez
- 739 Interactivity + Playfulness: How to Do Things With Images
in Ludic and Social Media
Patrick J. Coppock
- 759 Note biografiche degli autori / *Authors' Bionotes*
- 775 Call for papers. Sulla censura
- 781 Call for papers. *On censorship*