



**eum x** quaderni



# Heteroglossia n. 12

Simboli e metafore di trasformazione nella dimensione pluriculturale delle lingue, delle letterature, delle arti

Atti del simposio internazionale, Macerata 17-18 Novembre 2010

a cura di Graciela N. Ricci

eum



*In memoriam János Petöfi*

Università degli Studi di Macerata

Heteroglossia n. 12

Quaderni di Linguaggi e Interdisciplinarità. Dipartimento di Scienze Politiche, della Comunicazione e delle Relazioni Internazionali.

*Comitato scientifico:*

Lisa Block de Behar

Aline Gohard Radenkovic

Karl Alfons Knauth

Claire Kramersch

Hans-Günther Schwarz

Manuel Ángel Vázquez Medel

Geneviève Zarate

*Direttore:*

Hans-Georg Grüning

*Comitato di redazione:*

Hans-Georg Grüning

Danielle Lévy

Graciela N. Ricci

Armando Francesconi

Mathilde Anquetil

*Segreteria:*

Mathilde Anquetil

isbn 978-88-6056-349-1

Prima edizione: giugno 2013

©2013 eum edizioni università di macerata

via Carducci (c/o Centro Direzionale) - 62100 Macerata

info.ceum@unimc.it

<http://eum.unimc.it>

Stampa:

stampalibri.it - Edizioni SIMPLE

via Trento, 14 - 62100 Macerata

info@stampalibri.it

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

Francesco Barbabella (Università di Macerata)

Strategie retoriche e mondi possibili nel linguaggio delle icone software

Perciò neppure quelli ovvii tra gli entimemi hanno successo: intendo per ovvii quelli che sono evidenti a chiunque e non richiedono alcuna investigazione.  
Aristotele, *Retorica*, 1410b

## 1. *Introduzione*

Al giorno d'oggi è innegabile l'importanza che i dispositivi elettronici hanno acquisito nella nostra vita quotidiana. Dai cellulari ai computer, dai lettori MP3 ai *tablet*, passando per i dispositivi *embedded* (presenti per esempio in elettrodomestici o automobili), diventa sempre più fondamentale porre attenzione sull'interazione uomo-macchina. Un rapporto, questo, che si concretizza attraverso l'uso di interfacce dedicate che ci permettono di manipolare e controllare i dati intangibili e le funzioni degli apparecchi. In molti casi, l'utente non deve neanche compiere lo sforzo fisico di gestire interfacce sofisticate di tipo hardware: piuttosto, i comandi sono rappresentati da interfacce visive di tipo software, azionate a loro volta da elementi fisici (mouse, tastiere, *touchscreen*, etc.).

Nel corso del tempo il linguaggio grafico è stato raffinato per facilitare l'usabilità dei prodotti: a questo scopo, gli elementi visivi nelle interfacce digitali sono andati convergendo verso



standard convenzionalmente accettati, in modo da permettere a chiunque un utilizzo intuitivo e proficuo degli strumenti elettronici e facilitare il passaggio da un apparecchio all'altro.

Il ruolo delle icone nella dimensione digitale merita un particolare approfondimento. La capacità delle icone di rinviare intuitivamente ad un determinato senso convenzionale dipende in gran parte dai meccanismi retorici che attivano. Anche se il processo di ideazione di questi elementi è spesso lasciato all'intuizione libera dei creativi, è possibile rintracciare delle vere e proprie strategie retoriche implicite che permettono all'icona di adempiere le proprie funzioni comunicative. Tali strategie retoriche si basano sull'integrazione di semiotica figurativa e verbale, dal momento che l'icona è *de facto* sempre composta da un elemento pittoriale<sup>1</sup> ed uno verbale: i due sensi possono entrare in conflitto o sostenersi a vicenda, ancorare saldamente l'interpretazione oppure lasciarla ambigua.

Per dimostrare come le strategie retoriche influiscono sull'interpretazione delle icone, dapprima si delinearanno le caratteristiche di interfacce grafiche digitali ed icone, nonché gli strumenti semiotico-testologici<sup>2</sup> e retorici utili alla discussione; successivamente si presenteranno due casi di studio per suffragare le ipotesi costruite nel corso del testo. Tale analisi pone a confronto icone molto conosciute che rappresentano in dispositivi analoghi la stessa funzione comunicativa: si tratta dell'icona 'Impostazioni' ('*Settings*') presente in modelli diversi di telefoni cellulari prodotti da Nokia e Apple.

Il presente lavoro è stato reso possibile grazie alla collaborazione dell'autore con Nautes S.p.A. (Jesi, AN)<sup>3</sup>, azienda che

<sup>1</sup> In questo lavoro si intende per 'elemento pittoriale' un elemento segnico di natura prettamente figurativa, come quadri, fotografie, disegni, etc. Cfr. Petöfi e Pascucci (2001).

<sup>2</sup> Il quadro teorico generale di riferimento è la Testologia Semiotica, disciplina nata per studiare i testi da una prospettiva interdisciplinare. Per approfondimenti: Petöfi (2004, 2008).

<sup>3</sup> A riguardo, si vedano il sito dell'azienda <<http://www.nautes.com>> ed il comunicato uscito nel marzo 2010 relativo alla collaborazione <

progetta e realizza soluzioni web mirate ad ottimizzare le strategie di comunicazione delle organizzazioni. L'attività di ricerca e formazione presso questa impresa ha permesso di approfondire le problematiche relative alla creazione e valutazione di interfacce grafiche dei software.

## 2. *Interfacce grafiche digitali*

L'interazione tra uomo e macchina<sup>4</sup> si realizza sempre attraverso l'azione umana su interfacce, cioè parti della macchina che possiamo manipolare per ottenere effetti. Anche se non sappiamo come essa funzioni al suo interno, dobbiamo essere in grado di utilizzare l'apparecchio per produrre un output a partire da un nostro input: l'importanza delle interfacce è dunque fondamentale.

Mentre le interfacce prettamente hardware (come volante, pedali e leva del cambio in un'automobile) richiedono all'utente un determinato sforzo fisico per essere usate, le interfacce digitali presuppongono un doppio livello: esse necessitano l'uso di interfacce fisiche (hardware) relativamente semplici per gestire interfacce digitali (software) complesse<sup>5</sup>. Così, una soluzione per accedere ai contenuti presenti in un sito internet è quella di muovere un mouse, cliccare sulla barra degli indirizzi del nostro browser, digitare il dominio del sito sulla tastiera e premere il tasto "Invio". Quindi, attraverso l'uso di due interfacce hardware relativamente semplici, possiamo manipolare l'interfaccia digitale di complessità potenzialmente infinita. La semplificazione delle interfacce fisiche nel campo dell'elettronica non ha in alcun modo diminuito le potenzialità degli apparecchi e la complessità delle interfacce digitali.

[datamanager.it/news/software/le-scienze-umane-al-servizio-degli-strumenti-nautes](http://datamanager.it/news/software/le-scienze-umane-al-servizio-degli-strumenti-nautes)> (ultimi accessi: 30 settembre 2011).

<sup>4</sup> In questo lavoro si considerano i termini 'macchina' ed 'apparecchio' come intercambiabili e indicanti oggetti artefatti complessi che svolgono una data funzione.

<sup>5</sup> Per approfondire i concetti di interfacce hardware e software: Cosenza (2008).

Per quanto riguarda la loro funzione, è utile ricordare che (Zinna 2004: 157)

la natura di un'interfaccia è doppia: come un Giano bifronte, guarda al tempo stesso l'*utente* e l'architettura della *macchina*. Il suo compito è da una parte quello di regolare la semiotica dei comandi e dei sistemi di feedback: dall'altra quello di inviare le istruzioni ricevute (routine) verso la macchina.

L'uso delle interfacce digitali<sup>6</sup> nasce dalla comprensione ed interpretazione, da parte dell'uomo, dei linguaggi riprodotti dalla macchina. In quanto artefatto, tale apparecchio non è attivo nella comunicazione, ma parte passiva che consente:

- la *stimolazione* dell'utente ad intraprendere un'azione: la macchina riproduce degli elementi segnici che l'utente può interpretare e su tali basi andare avanti;
- la *risposta* a determinati comandi dell'utente: una volta che l'utente invia un comando, la macchina risponderà proponendo nuovi elementi segnici e nuove informazioni;
- la *mediazione* di flussi di comunicazione interpersonali: la macchina può permettere il collegamento dell'utente con altre persone (le quali usano altre macchine) e fornire una piattaforma (sia per quanto riguarda la tecnologia che l'interfaccia) per la loro comunicazione.

Come parti passive della comunicazione, le macchine sono create da qualcuno per adempiere queste funzioni fondamentali, e con esse anche i loro linguaggi segnici. In tal senso, ciò che vediamo è frutto della continua rielaborazione dei dati presenti nella memoria degli apparecchi che può essere modificato dai comandi degli utenti: i software e le loro interfacce sono prodotti da persone che li mettono a disposizione di altre persone, che li useranno in un luogo e in un tempo diversi da quelli di produzione, con finalità proprie e magari diverse da quelle previste dal produttore.

<sup>6</sup> Gran parte delle caratteristiche che sono discusse possono essere applicate su diversi tipi di interfacce, anche quelle non visive: tuttavia, d'ora in poi, nel parlare di 'interfacce' si darà per scontato di riferirsi a 'interfacce grafiche digitali' (basate sull'uso di schermi), oggetto di studio in questo lavoro.

Da una parte, ciò che viene creato inizialmente dal produttore è l'interfaccia digitale, cioè una materia segnica che deve rendere conto di tutte le possibili variazioni contestuali relative alla propria funzione d'uso. Essa consente alcune azioni all'utente, ma gliene nega altre; essa è cornice, testo e oggetto d'uso al tempo stesso.

Dall'altra, l'utente utilizza l'interfaccia perché è l'unico modo per accedere alla materia segnica registrata nella memoria della macchina ed usarla. L'interfaccia media il linguaggio binario registrato su supporto ed i linguaggi dell'uomo (siano essi verbali, figurativi o altro). Dunque il produttore non fa altro che preparare uno strumento generale che possa essere usato contestualmente dagli utenti; o, meglio, il produttore prepara un testo generale che possa essere usato contestualmente dagli utenti.

Tale specificazione è necessaria per distinguere il campo in cui le interfacce si muovono, più dominio di semiotiche degli oggetti (Deni 2002) e del design (Mangano 2008) che di semiotiche del testo tradizionali (Pozzato 2001). Laddove la potenza della comunicazione diretta viene a mancare, entra in gioco la praseologia a sostituzione della narratività (Zinna 2004: 134-135).

Pur in assenza degli elementi caratteristici di una comunicazione diretta, le interfacce sono qualcosa di più di un semplice paratesto<sup>7</sup> digitale. Giovanna Cosenza (2008: 27) sostiene che,

dal punto di vista software, l'interfaccia utente di un programma è *l'insieme di comandi* del programma che sono direttamente percepibili e manipolabili dall'utente. In altre parole, l'interfaccia utente software è ciò che un programma *fa apparire dentro lo schermo*, per cui una persona, combinando le azioni sugli elementi dell'interfaccia fisica (dispositivo di puntamento e tastiera) con azioni su ciò che vede nello schermo, può impartire comandi alla macchina e fare cose con la macchina.

In senso ristretto<sup>8</sup>, possiamo dunque definire l'interfaccia grafica come *l'insieme di elementi visivi riprodotti su schermo*

<sup>7</sup> Per una definizione di paratesto: Genette (1987).

<sup>8</sup> In realtà, potrebbe sussistere anche una definizione allargata di interfaccia visiva, pensata come il complesso di output visivi riprodotti su schermo, cioè la somma delle aree manipolabili e non dall'utente. Tale definizione, pur avendo il vantaggio di considerare

*che sono manipolabili dall'utente* attraverso interfacce fisiche di vario genere.

### 3. Ruolo delle icone

Le icone si devono considerare come una parte ormai consolidata delle interfacce grafiche dei computer che hanno conquistato anche altri domini di applicazione nei dispositivi elettronici in genere. Le icone digitali nascono a metà degli anni Settanta allo Xerox Parc di Palo Alto (California), in cui venne sviluppato il primo computer con un'interfaccia utente grafica (*graphic user interface*, GUI): questa includeva, oltre ai primi esempi digitali di icone, finestre sovrapponibili, menù pop-up e modalità di utilizzo punta-e-clicca (*point-and-click*)<sup>9</sup>. Tutti i diversi sistemi operativi che hanno sfruttato le GUI successivamente, compresi Mac OS di Apple e Windows di Microsoft, derivano da questo prototipo della Xerox, nel quale l'intero sistema ricalca la metafora della scrivania (*desktop*) e dà la possibilità all'utente di svincolarsi (parzialmente) dalla digitazione di stringhe di comando (tipiche di altri sistemi operativi come l'MS-DOS).

Senz'alcun dubbio, le icone possono essere considerate come *testi* dotati almeno di un elemento pittoriale (integrato o meno con un elemento verbale) che sono suscettibili di un'interpretazione, in quanto gli utenti possono assegnare loro caratteristiche di *connessità*, *coesione* e *coerenza* (Hatakeyama, Petöfi *et al.* 1985; Petöfi 2004).

In particolare, la connessità riguarda l'analisi linguistica<sup>10</sup> della connettedezza formale, cioè se gli elementi segnici sono lega-

l'interfaccia come un'integrazione di tutti gli elementi riprodotti su schermo (l'utente non può infatti scindere la sua esperienza virtuale), non è facilmente trasportabile su un piano operativo, almeno nei limiti di questo lavoro.

<sup>9</sup> Per approfondimenti: Cosenza (2008). Si veda anche il sito dello Xerox Parc: <<http://www.parc.com/about/>> (ultimo accesso: 30 settembre 2011).

<sup>10</sup> L'aggettivo 'linguistico' va inteso in senso lato, non ristretto al solo campo del linguaggio verbale, ma esteso anche a tutti i linguaggi non verbali (come i linguaggi pittoriali).

ti tra loro sulla base di determinate sintassi; la coesione invece concerne l'analisi linguistica della connettività semantica, ovvero se è possibile individuare una determinata rete semantica che leghi tra loro gli elementi segnici (Petöfi 2004: 17). La coerenza testuale, infine, si basa sulla ricostruzione di un mondo possibile o l'individuazione di uno stato di cose reale grazie ad una corretta assegnazione dei valori semantici al testo, dal momento che il significante di un testo raramente contiene tutti gli elementi necessari per l'interpretazione ottimale (Petöfi 2004: 47).

All'interno di un ambiente di lavoro virtuale, quale che sia il dispositivo o l'interfaccia grafica generale, le icone possono essere considerate *testi* che veicolano (a) una *funzione*, (b) un *senso* e (c) un *mondo possibile*<sup>11</sup>.

In relazione alla loro funzione, possiamo distinguere due diversi tipi di icona:

- *icone-strumenti*: sono elementi che consentono l'utilizzo di strumenti virtuali o di altre icone altrimenti non disponibili sullo schermo (Fig. 1). Mantengono lo stesso ambiente di lavoro, ma aggiungono nuovi elementi che possono essere utilizzati dall'utente;
- *icone-ponti*: sono elementi che consentono il passaggio da una pagina ad un'altra, o da un tipo di visualizzazione ad un altro (Fig. 2). Si comportano come link e cambiano ciò che l'utente vede sullo schermo: si passa di fatto ad un altro ambiente di lavoro.

Le icone-strumenti sono integrate all'interno dell'ambiente di lavoro: possono essere composte dal solo elemento visivo, con il

<sup>11</sup> Come oggetti d'uso, le icone veicolano una funzione. Come testi, invece, le icone veicolano un senso ed un mondo possibile: tale affermazione rientra all'interno del modello di complesso segnico delineato da Petöfi (2004, 2008). In tale modello, ogni testo è costituito da sei componenti fondamentali: *vehiculum* (manifestazione fisica del testo), *vehiculum imago* (immagine mentale della manifestazione fisica), *formatio* (architettura formale del testo), *sensus* (architettura semantica del testo), *relatum imago* (immagine mentale del referente del testo) e *relatum* (referente reale del testo). *Sensus* e *relatum imago/relatum* sono rispettivamente legati alla trasmissione del senso e del mondo possibile di riferimento.

supporto dell'elemento verbale in over<sup>12</sup> (Fig. 3), o da un elemento visivo integrato con uno verbale (Fig. 4).

Le icone-ponti sono inserite in ambienti di lavoro generali (come desktop) o specifici (applicazioni).

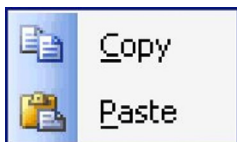


Fig. 1. Icone dei comandi 'Copia' ('Copy') e 'Incolla' ('Paste') in un menù di Microsoft Word (icone-strumenti)



Fig. 2. Icona di Microsoft Word 2007 (icona-ponte)

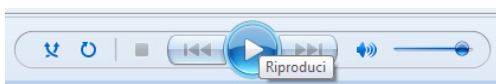


Fig. 3. Icona 'Play' (con elemento verbale 'Riproduci' in over) in Windows Media Player

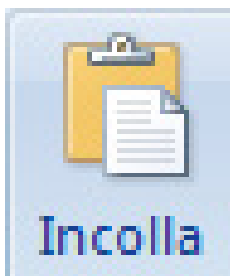


Fig. 4. Icona 'Incolla' in Microsoft Word 2007 (elemento pittoriale accompagnato dall'elemento verbale)

Anche in questo caso l'elemento verbale può essere solo in over (Fig. 5) o esplicito accanto all'elemento visivo (Fig. 6).

<sup>12</sup> Significa che l'elemento verbale non è visualizzato di default, ma solo se si passa il cursore sopra l'elemento pittoriale.

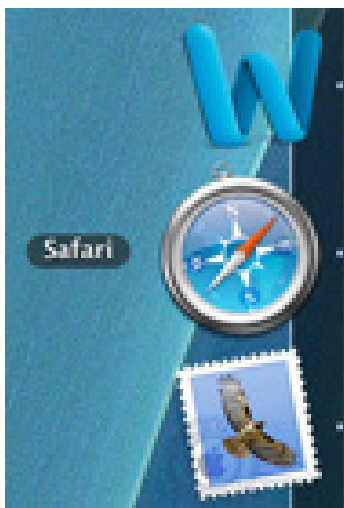


Fig. 5. Icona ‘Safari’ del menù di Mac OS (elemento verbale in over)

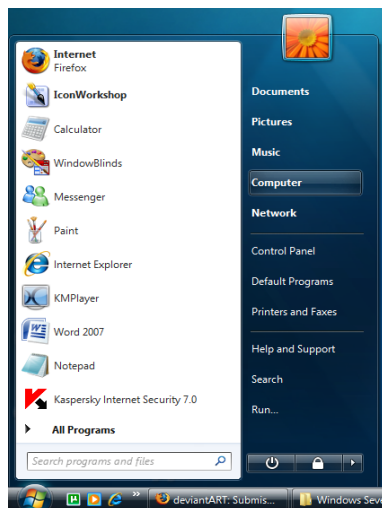


Fig. 6. Icone del menù ‘Start’ di Microsoft Windows 7 (elementi pittoriali affiancati da elementi verbali)

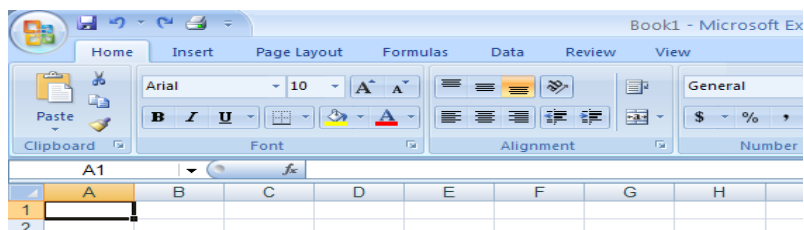


Fig. 7. Toolbar di Microsoft Excel 2007 in cui coesistono i due tipi di rapporto tra elemento pittoriale e verbale

La scelta di come combinare l’elemento visivo e quello verbale dipende dalle esigenze dell’ambiente di lavoro (spazio, collocazione degli elementi) e dal grado di codificazione dell’icona (quanto è convenzionalmente accettata quella rappresentazione), nonché dal mondo possibile che si vuole richiamare (un esempio di coesistenza di icone-strumenti di diverso tipo in Fig. 7).



Per definire i possibili rapporti formali tra elemento pittoriale ed elemento verbale di una icona software è possibile rifarsi alla tipologia creata da János S. Petöfi e Giuliana Pascucci (2001)<sup>13</sup>. È necessario prendere atto, infatti, che (Petöfi, Garbuglia 2006: 6)

la costruzione di una tipologia dei comunicati multimediali non si può basare [...] sulla semplice enumerazione dei componenti mediali che costituiscono il comunicato. Dire semplicemente che un comunicato è formato dai media  $x$  e  $y$ , infatti, non è sufficiente per identificare il comunicato in questione, dato che gli stessi media, se uniti da rapporti diversi, danno origine a comunicati differenti.

Laddove gli autori parlano di media, intendono *media semiotici*, cioè l'espressione materiale di un linguaggio (verbale o non verbale) (Teobaldelli 1999).

La tipologia di Petöfi e Pascucci distingue quattro differenti modalità di rapporto formale tra i media<sup>14</sup>:

- un *legame molto stretto* tra i media, indicato dal simbolo ‘-’ (Vb-Pt<sup>15</sup>): i media (a) esistono sullo stesso portatore tecnico<sup>16</sup>, (b) devono essere percepiti in modo congiunto, e (c) non sono fisicamente separabili<sup>17</sup>. Ne sono esempi le poesie visive (Petöfi 2005: 100);

<sup>13</sup> La stessa tipologia è ripresa da Petöfi e Garbuglia e applicata ai comunicati composti da un componente musicale strumentale ed uno verbale musicale (Petöfi, Garbuglia 2006; Garbuglia 2006).

<sup>14</sup> La tipologia si riferisce alla presenza ‘formale’ degli elementi segnici, cioè in che modo si realizza la loro compresenza all’interno del significante del testo.

<sup>15</sup> ‘Vb’ sta per ‘medium verbale’, mentre ‘Pt’ sta per ‘medium pittoriale’.

<sup>16</sup> Per ‘portatore tecnico’ Petöfi intende sia supporti fisici (le pagine di un libro, il marmo di una scultura) sia strumenti tecnici che riproducono un testo (un televisore, una radio).

<sup>17</sup> In effetti, mentre in un’occasione Petöfi (2005: 100) dice, riferendosi al rapporto di tipo stretto ‘-’ tra un medium verbale ed un medium pittoriale, che “il componente verbale e il componente pittorico non sono fisicamente separabili”, insieme a Garbuglia (Petöfi, Garbuglia 2006: 11) afferma sullo stesso punto che i componenti “sono difficilmente separabili”. Delle due, si preferisce qua la prima definizione, in quanto esistono comunicati, come le ‘poesie visive’, i cui media non possono essere effettivamente separati. Inoltre, anche nell’originaria elaborazione di Petöfi e Pascucci (2001: 32), si dice che “il produttore attua un comunicato verbale-pittoriale [Vb-pt] in cui i due componenti (non separabili) sono il prodotto del medesimo autore”.

- un *legame stretto* tra i media, indicato dal simbolo ‘&’ (Vb&Pt): i media (a) esistono sullo stesso portatore tecnico, (b) devono essere percepiti in modo congiunto, e (c) sono difficilmente separabili. Ne sono esempi i testi con iniziali pittoriche e i fumetti (Petöfi 2005: 100);
- un *legame debole* tra i media, indicato dal simbolo ‘+’ (Vb+Pt): i media (a) esistono sullo stesso portatore tecnico o su portatori tecnici differenti, (b) possono essere percepiti in modo congiunto o separato, e (c) sono facilmente separabili. Ne sono esempi i testi illustrati e i testi narrativi pittorici (storie raccontate con elementi verbali e pittorici paralleli) (Petöfi 2005: 100);
- un *legame di influenza unidirezionale* tra i media, indicato dal simbolo ‘(← [...])’, come ad esempio una situazione Vb (← Pt): in questo caso, a partire da un medium pittoriale, un produttore crea un medium verbale. I media (a) esistono su portatori tecnici diversi, (b) devono essere percepiti in modo separato, e (c) sono separati ma condividono la referenza a livello cognitivo.

Sembra logico poter includere le icone software all’interno della categoria del legame debole (+), in quanto elementi pittoriale e verbale possono essere percepiti sia in modo congiunto (elemento verbale *in praesentia*) che separato (elemento verbale *in over*) e sono facilmente separabili. Tuttavia, pur considerando il legame formale come debole, altre dimensioni possono ribaltare e rafforzare il legame tra i due elementi.

#### 4. *Senso e mondi possibili: caratteristiche dell’elemento pittoriale*

Entrambi i tipi di icona, presentati più sopra in base alla loro funzione primaria (icone-ponti e icone-strumenti), rimandano inoltre ad un *senso specifico* (il significato dell’icona stessa) e ad un determinato *mondo possibile* condiviso (l’insieme di aspettative ed elementi inferenziali richiamato dall’icona all’interno del

co-testo<sup>18</sup> dell'interfaccia). A questo riguardo, la semiotica visiva<sup>19</sup> può fornire degli strumenti utili per l'analisi delle icone. In particolare, si può affermare che il senso specifico dell'elemento pittoriale di un'icona software viene espresso prevalentemente attraverso una *semiosi figurativa*, mentre il mondo possibile è prevalentemente veicolato attraverso una *semiosi plastica* (Greimas 1984).

Per quanto riguarda il senso delle icone, appare evidente che è determinato da un processo di *figurativizzazione*, in cui l'oggetto di valore riceve un investimento semantico che permette all'enunciatario di riconoscerlo come figura (Greimas e Courtés 1979: 125). Pur trattandosi di un micro-testo a carattere non narrativo<sup>20</sup>, il ruolo dell'icona può essere spiegato attraverso la necessità, da parte dei produttori, di realizzare una configurazione segnica a partire da una data funzione. I produttori sanno di dover creare un'icona veicolante un dato senso profondo, ma non sanno quale forma darle – se la dimensione del contenuto è data, non lo è quella dell'espressione. Esistono infatti innumerevoli modi di rappresentare visivamente uno stesso senso, applicando diversi percorsi di figurativizzazione. Proprio l'oggetto di valore in sé al quale siamo invitati a tendere viene veicolato attraverso un processo semiosico figurativo relativo alla forma finale assunta.

Per quanto riguarda i mondi possibili, invece, si tratta di andare ad analizzare categorie significanti non figurative (di natura topologica, eidetica e cromatica, ad esempio) tipiche di un set di icone: questo significa risalire alle isotopie e quindi al senso

<sup>18</sup> Per approfondire il concetto di co-testo: Petöfi (1982).

<sup>19</sup> Per approfondire il campo della semiotica visiva, in particolare in ambito artistico: Corrain, ed. (2004).

<sup>20</sup> Una narrazione basilare necessita di un oggetto di valore e di un soggetto che tende ad esso: nell'icona è presente solo l'oggetto di valore a cui l'utente stesso tende. Si può forse parlare di *embrayage* totale, nel senso di una identificazione totale del soggetto (inteso come attante della narrazione) con l'enunciatario (utente reale). Inoltre, come già accennato, nel caso di oggetti d'uso si tende a preferire il piano prasseologico a quello narratologico per via delle evidenti differenze tra simili artefatti e testi inseriti in processi comunicativi. Per approfondimenti: Greimas e Courtés (1979); Zinna (2004).

profondo del modo di porsi del produttore come interlocutore dell'utente finale. In tal modo, il co-testo rappresentato dall'interfaccia grafica concorre alla creazione di uguali aspettative in relazione al mondo possibile di riferimento. Si tratta di un processo semiotico plastico in cui le categorie non figurative entrano in gioco e includono la figura (l'oggetto di valore) nel piano più ampio del co-testo virtuale.

Tale divisione di ruoli tra elementi figurativi e non figurativi in realtà deve essere integrata con una constatazione ulteriore. Infatti, anche la dimensione figurativa concorre ad esprimere il mondo possibile di riferimento attraverso diversi piani di connotazione. Se possiamo affermare che le icone costituiscono sempre simulacri di qualcosa, possiamo sempre distinguere almeno due *tipi* di mondo possibile a cui si rimanda:

- un piano figurativo relativo al *mondo reale*: lo stato di cose rappresentato esprime oggetti e situazioni del mondo naturale (Fig. 8);
- un piano figurativo relativo al *mondo virtuale*: lo stato di cose rappresentato esprime oggetti e situazioni astratte, possibili solo all'interno della virtualità in cui è inserito (Fig. 9).



Fig. 8. Icona 'Cestino' in Microsoft Windows 7 (mondo reale)



Fig. 9. 'Configurazione e stato backup' in Microsoft Windows 7 (mondo virtuale)

Ciascuno di questi piani, infatti, esalta una delle due proprietà della rimediazione digitale (Bolter, Grusin 1999), quel processo di adattamento e riproposizione in un mezzo di comunicazione di forme e contenuti tipici di altri mezzi<sup>21</sup>: tali proprietà sono l'immediatezza e l'ipermediazione<sup>22</sup>. Esse hanno le seguenti caratteristiche:

- l'immediatezza ha come obiettivo quello di immergere il ricevente in un processo interpretativo caratterizzato da un'*esperienza trasparente*, che lo proietta dentro il prodotto mediale cercando di non fargli avvertire la distanza effettiva che separa la realtà dall'esperienza virtuale;
- l'ipermediazione si pone come scopo quello di rendere palese al ricevente la *finzione dell'esperienza* in atto nel processo interpretativo, facendogli avvertire la distanza effettiva che separa la realtà dall'esperienza virtuale.

Queste due proprietà coesistono sempre all'interno del processo di rimediazione, e costituiscono gli estremi di un continuum che, di volta in volta, deve trovare il proprio bilanciamento nei confronti dell'utente. Ciò significa che le icone software agiscono ed agiranno sempre all'interno di un ambiente virtuale, determinato da vincoli e potenzialità fornite dal contesto d'uso, dall'interfaccia, dall'apparecchio, etc.: tuttavia, è possibile rintracciare delle strategie abbastanza precise per la figurativizzazione delle icone che tendono verso il mondo reale (immediatezza) o il mondo virtuale (ipermediazione).



<sup>21</sup> Bolter e Grusin utilizzano il termine 'medium' (nel senso di McLuhan) al posto di quello che viene chiamato 'mezzo' all'interno di questo lavoro. La scelta fatta qui consente di mantenere un termine neutro, non inficiato da un altro quadro teorico e disciplinare.

<sup>22</sup> Possiamo accostare l'immediatezza e l'ipermediazione all'Iporealismo ed all'Iperrealismo, che Eco tratta in questo modo (Eco 1985: 59): "L'Iperrealismo denuncia il fatto che la realtà, come ci siamo abituati a vederla, è effetto di una manipolazione meccanica: e quindi mette in pubblico la propria falsità programmatica. L'Iporealismo, l'Irrealismo, il Pittoricismo di Stato e l'Accademismo della pittura nazista invece cercano di far credere alla realtà che rappresentano. La falsità non è dichiarata, è esercitata surrettiziamente. L'Iporealismo è bugiardo perché vuol farci credere che dica la verità, mentre l'Iperrealismo mette subito in chiaro il fatto che sta dicendo bugie".

D'altronde, in entrambi i casi possiamo avere a che fare con differenti *tipi* di senso, uno basato sull'essere e l'altro sulla funzione delle icone:

- *semantica per essere*: l'elemento visivo riproduce un oggetto concreto del mondo reale o le proprietà dell'ambiente di lavoro a cui rimanda;
- *semantica per funzione*: l'elemento visivo riproduce la funzione dell'oggetto concreto del mondo reale o la funzione dell'ambiente di lavoro a cui rimanda. È una modalità che si basa sulla natura funzionale dell'icona (*agiamo* su di essa per *fare* qualcosa: cfr. Bettetini 2006).

Incrociando le due tipologie (semantica e mondo), possiamo arrivare a definire una matrice in cui si evidenziano bene i diversi gradi di complessità delle icone (Tab. 1).

	Mondo reale	Mondo virtuale
Semantica per essere	<p>icone come simulacri di stati di cose reali che veicolano stati di cose concreti.</p>  <p>Clock</p>	<p>icone come simulacri di stati di cose virtuali che veicolano stati di cose concreti.</p>  <p>VT100</p>
Semantica per funzione	<p>icone come simulacri di stati di cose reali che veicolano stati di cose astratti.</p>  <p>Settings</p>	<p>icone come simulacri di stati di cose virtuali che veicolano stati di cose astratti.</p>  <p>iTunes</p>

La caratteristica principale delle icone create sulla base di una semantica per essere, ad esempio, sono intuitive perché richiamano direttamente l'oggetto di cui l'icona è funzione o ponte. Il processo di figurativizzazione, in questi casi, assume una valenza talmente forte che può arrivare agli stadi di figurazione e iconizzazione (Greimas, Courtés 1979: 149-150) in modo relativamente facile.

Diverso è il discorso per le icone che si presentano come oggetti di valore reali o virtuali, ma che veicolano stati di cose astratti. In questi casi il processo di figurativizzazione deve arrivare a definire un'immagine che rappresenti concetti astratti, non immaginabili in prima istanza come oggetti concreti. Proprio questi tipi di icone che veicolano concetti non concreti devono trovare una soluzione per consentire un'interpretazione ottimale da parte dell'utente: tale soluzione è da ricercare nel campo della retorica e nell'integrazione tra immagine e parte verbale, che amplia le possibilità a disposizione per veicolare contenuti non immediati.

### *5. Strategie retoriche: integrazione tra elemento pittoriale ed elemento verbale*

Il successo e la standardizzazione di certe icone dipendono dall'efficacia delle strategie retoriche soggiacenti. Non ci occupiamo qui della retorica visiva o della retorica verbale intese come discipline con domini di studi circoscritti dal tipo di linguaggio oggetto di studio<sup>23</sup>. L'obiettivo qua è invece di comprendere come agiscono le strategie retoriche che uniscono elementi segnici di linguaggi diversi (nel caso, pittoriale e verbale) nella ricezione e interpretazione da parte dell'utente finale.

Infatti, le icone sono micro-testi visivi costituiti da materia segnica sia pittoriale che verbale: il rapporto semantico tra

<sup>23</sup> Per approfondimenti sulla retorica contemporanea: Perelman e Olbrechts-Tyteca (1957); Groupe μ (1970); Ortony, ed. (2008). Per approfondimenti sulla retorica visiva: Barthes (1964); Groupe μ (1992).

questi elementi può essere di due tipi. In un rapporto *convergente* entrambi gli elementi denotano lo stesso senso, mentre in un rapporto *divergente* ciascun elemento denota singolarmente un diverso significato. Proprio in quest'ultimo caso entrano in gioco meccanismi retorici intersemiotici insieme a quelli propriamente semiosici figurativi e linguistico-verbali.

Due tipi di senso, quello dato dalle combinazioni della *semantica per funzione* con i mondi *reale e virtuale*, utilizzano inevitabilmente strategie retoriche per rendere in figura stati di cose astratti - le funzioni delle stesse icone. Infatti, proprio come nel linguaggio verbale, anche nel linguaggio sincretico delle icone esistono meccanismi retorici quali i tropi, intesi come sostituzione di espressioni proprie con altre di senso figurato: si tratta di una rottura delle attese alle quali il contesto ci indirizza (Mortara Garavelli 1997). Proprio la rottura delle aspettative riesce a sopperire alle difficoltà di rappresentare l'astratto, ciò che per sua definizione non è rappresentabile: i sensi degli elementi segnici che concorrono a rappresentare le funzioni d'uso (concetti non direttamente figurativizzabili) si integrano attraverso rapporti semantici convergenti o divergenti che innescano le strategie retoriche per l'interpretazione dell'icona-testo.

## 6. *Analisi di due casi*

Per comprendere i meccanismi interpretativi di tali strategie retoriche, vengono presentati due casi di studio in cui icone con la stessa funzione primaria, reperibili su dispositivi cellulari analoghi, presentano differenze negli elementi pittoriali e verbali. In particolare, sono considerate le icone relative alla funzione 'Impostazioni' ('*Settings*') di tre modelli di telefono cellulare.

Uno degli apparecchi presi in considerazione è l'iPhone (Fig. 10), marchio del colosso statunitense Apple: il primo modello di iPhone è stato lanciato sul mercato nel 2007, con un immediato successo mondiale. Dal 2007 al 2010 si sono susseguiti quattro



modelli di iPhone<sup>24</sup>, senza modifiche sostanziali dal punto di vista delle interfacce grafiche e, in particolare, senza modifiche per quel che riguarda l'icona 'Impostazioni'.

Gli altri cellulari considerati sono prodotti dall'azienda finlandese Nokia: si tratta dei modelli N95 (Fig. 11) e 5800 Xpress Music (Fig. 12), lanciati sul mercato rispettivamente nel 2007<sup>25</sup> e nel 2008<sup>26</sup>. A differenza della Apple, la Nokia ha rivisto parzialmente le sue interfacce grafiche nel tempo, arrivando a modificare nei due modelli anche l'icona 'Impostazioni'.



Fig. 10. iPhone



Fig. 11. Nokia N95



Fig. 12. Nokia 5800 Xpress Music

<sup>24</sup> Per approfondimenti: <[http://support.apple.com/kb/HT3939?viewlocale=it\\_IT&locale=it\\_IT](http://support.apple.com/kb/HT3939?viewlocale=it_IT&locale=it_IT)> (ultimo accesso: 30 settembre 2011).

<sup>25</sup> Per approfondimenti: <<http://www.repubblica.it/2007/02/motori/marzo-07/nokia-n95/nokia-n95.html>> (ultimo accesso: 30 settembre 2011).

<sup>26</sup> Per approfondimenti: <[http://www.repubblica.it/2008/11/sezioni/scienza\\_e\\_tecnologia/prodotti/xpress/xpress.html](http://www.repubblica.it/2008/11/sezioni/scienza_e_tecnologia/prodotti/xpress/xpress.html)> (ultimo accesso: 30 settembre 2011).

Obiettivo dell'analisi è quello di capire perché l'icona dell'iPhone è rimasta immutata, mentre la Nokia ha sentito l'esigenza di modificarla nel tempo, senza tuttavia 'copiarla' dal concorrente.

Nel caso dell'iPhone (icona 'Impostazioni' – 'Settings', Fig. 13), l'elemento verbale è diverso dal contenuto pittoriale: la figura dell'Ingranaggio e il termine 'Impostazioni' non rimandano ad uno stesso senso: i due componenti hanno un rapporto semantico di tipo divergente. A prima vista non sussiste nessun rapporto logico tra i due. Eppure, proprio per la capacità dell'uomo di cercare coesione e coerenza in testi apparentemente non coesi e non coerenti (per via del principio di cooperazione: cfr. Grice 1989), l'interpretazione dell'icona arriverà quasi intuitivamente a stabilire un nesso tra i due elementi. Seppur indotto in maniera implicita (non cosciente), il rapporto interno all'icona si basa su una strategia retorica ben precisa che attualizza due figure retoriche e che può essere esplicitata in Fig. 13.



Fig. 13. Strategia retorica soggiacente l'icona 'Impostazioni' ('Settings') del cellulare Apple iPhone

Partendo dal rapporto tra i concetti ‘Ingranaggio’ (parte pittorale) e ‘Impostazioni’ (parte verbale), può essere costruita una strategia che leghi entrambi. L’‘Ingranaggio’ può essere considerato un ‘Meccanismo’ per *antonomasia*: quest’ultimo concetto è facilmente relazionabile a ‘Impostazioni’, dal momento che entrambi possono essere inclusi in una *metonimia*, dove il primo termine è lo scopo e il secondo il mezzo per raggiungerlo. Partendo dall’elemento verbale ‘Impostazioni’, il processo risulta ancora più chiaro: la metonimia può essere resa dalla proposizione “Attraverso le Impostazioni regoliamo un Meccanismo”, dove il ‘Meccanismo’ può essere figurativizzato, come esempio per *antonomasia*, con l’immagine di un ‘Ingranaggio’.

Tali processi retorici agguingono uno step in più all’interno dell’interpretazione da parte dell’utente: il rapporto tra i due concetti non è esplicito, è di natura complessa e non viene esplicitato nella stragrande maggioranza dei casi dagli utenti, ma *funziona*: in modo inconscio, le persone possono riempire i vuoti apparenti del testo e vedere coesione e coerenza laddove, almeno superficialmente, non ce ne dovrebbe essere. A facilitare la ricezione dell’icona c’è sicuramente il fatto di mantenere un mondo possibile reale come riferimento, il che rende più familiare agli utenti la sua funzione, anche senza riferimenti alla sua applicazione virtuale.

La potenza di una tale strategia retorica consiste nel fatto di funzionare senza dover essere esplicitata, come se per meccanismi automatici fossimo già in grado di riconoscerla ed accettarla. L’icona non è stata cambiata nei vari modelli di iPhone, anzi: la convenzione di identificare le ‘Impostazioni’ con l’immagine di un ‘Ingranaggio’ può considerarsi oggi una delle convenzioni più diffuse nel campo delle interfacce digitali.

Per quanto riguarda i modelli della Nokia, vediamo nel dettaglio le icone oggetto di discussione e perché l’azienda ha deciso di trasformare nel tempo la rappresentazione della funzione ‘Impostazioni’.

Nel caso relativo al Nokia N95 (icona ‘Strumenti’ – ‘Tools’, Fig. 14), il contenuto verbale è parzialmente diverso dal contenu-

to pittoriale. In questa icona si scontrano il sostantivo ‘Strumenti’ (*‘Tools’*)<sup>27</sup> con l’immagine combinata di una ‘Cartella’ ed una ‘Chiave inglese’. Il testo-icona vuole denotare un oggetto astratto (mondo virtuale) attraverso un simulacro del mondo reale. Tuttavia, si rivela debole perché fa ricorso ad una combinazione poco coerente di virtuale e reale: la ‘Cartella’ associata alla ‘Chiave inglese’ è poco significativa, la prima si presta come sfondo alla seconda (come accade anche per altre icone dello stesso telefono, v. icona *‘Office’*), ma non specifica il campo di applicazione né funzioni secondarie. In breve, non c’è valore aggiunto (surplus semantico) in una tale combinazione di elementi pittoriali.

Inoltre la divergenza tra elemento visivo ed elemento verbale è bassa, e bassa è anche la forza della strategia retorica: in questo caso si verifica una ridondanza di senso inutile data dal ripetersi, in entrambi gli elementi, del concetto ‘Strumenti’ (sebbene la parte verbale sia declinata al plurale e quella pittoriale al singolare, la sostanza non cambia). La rappresentazione iconica è di tipo semplice perché essa sfrutta solo una figura retorica, l’*antonomasia* (Fig. 14). Il problema sta nel fatto che non c’è nessun collegamento tra i concetti rappresentati (‘Chiave inglese’ e ‘Strumenti’) e la vera funzione dell’icona (‘Impostazioni’).

<sup>27</sup> Sebbene nel modello N95 il nome dell’icona sia ‘Strumenti’ (*‘Tools’*) e non ‘Impostazioni’ (*‘Settings’*), si può affermare senza problemi che la sua funzione e l’ambiente di lavoro a cui permette di accedere sono del tutto analoghi a quelli delle altre due icone di iPhone e Nokia 5800 Xpress Music: quello che importa qua è prendere icone che dovrebbero veicolare funzioni e sensi analoghi. A confermare tale asserzione vi è la stessa evoluzione dell’icona, che nei modelli Nokia successivi viene rinominata ‘Impostazioni’.



Fig. 14. Strategia retorica soggiacente l'icona 'Strumenti' ('Tools') del cellulare Nokia N95

Nel secondo caso (icona 'Impostazioni' – '*Settings*', Fig. 15), l'icona del Nokia 5800 Xpress Music differisce dalla precedente per due motivi, risolvendo le criticità riscontrate. Per prima cosa, l'elemento pittoriale perde la 'Cartella': nella nuova icona è presente solo l'immagine della 'Chiave inglese', puntando così solo su un oggetto del mondo reale al posto della combinazione reale-virtuale già vista nel Nokia N95. In questo modo viene tolta la distonia tra i due concetti, con una chiara presa di posizione.

L'altra differenza consiste nell'aver sostituito l'elemento verbale: dal termine 'Strumenti' ('*Tools*') si passa a 'Impostazioni' ('*Settings*'). Anche se un tale cambiamento può apparire di poco conto, in realtà rivoluziona il micro-universo semantico del testo-icona. Infatti, questa seconda versione costituisce un esempio complesso perché gli elementi costitutivi dell'icona rimandano a sensi diversi. 'Impostazioni' e 'Chiave inglese' non hanno un legame semantico diretto. Come nell'esempio dell'iPhone trattato

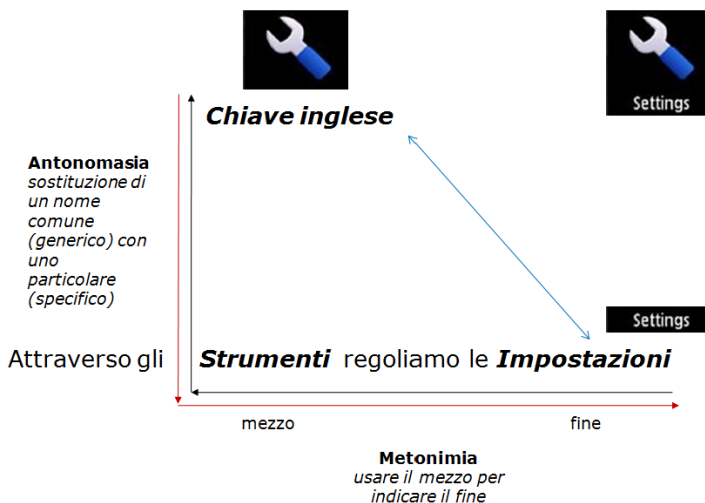


Fig. 15. Strategia retorica soggiacente l'icona 'Impostazioni' ('Settings') del cellulare Nokia 5800 Xpress Music

sopra, anche qui bisogna scomporre i meccanismi retorici soggiacenti. 'Chiave inglese' può essere considerata come una *figura antonomastica* della categoria generale 'Strumenti', che può essere rappresentata visivamente grazie ad un esempio del genere. 'Strumenti' e 'Impostazioni', dal canto loro, possono essere ricondotte ad una *metonimia* che vede nel primo un mezzo per arrivare al secondo (lo scopo). Il procedimento inverso rende ancora più chiaro il meccanismo: partendo dalla proposizione base "Attraverso gli Strumenti regoliamo le Impostazioni" (metonimia), è possibile rappresentare visivamente gli 'Strumenti' attraverso la loro figurativizzazione nell'oggetto della 'Chiave inglese', realizzando una relazione triadica con gli altri due concetti 'Strumenti' e 'Impostazioni'.

In effetti, questa rappresentazione della funzione 'Impostazioni' è migliore della precedente perché *coerente* dal punto di vista del mondo di riferimento (si basa solo sul mondo reale) e *coesa*

da quello semantico (si basa su una divergenza significativa che collega tutti i concetti fondamentali in una rete semantica chiusa).

## 7. Conclusioni

Nell'ambito dei casi di studio presentati, è possibile trarre alcune conclusioni non completamente generalizzabili (sarebbe richiesta un'indagine su più larga scala), ma sintomatiche di due differenti *concept* di partenza da parte delle due aziende. Da una parte, la Apple ha basato il suo iPhone sin dall'inizio su un linguaggio grafico apparentemente semplice, ma che nasconde una certa *complessità retorica*: tale complessità non infastidisce l'utente, ma anzi lo aiuta nel processo di interpretazione dell'icona nel caso essa faccia riferimento a funzioni astratte. Infatti, la semplicità retorica genera spesso ridondanza semantica che limita l'interpretazione e non permette all'utente di collegare (implicitamente o esplicitamente) le rappresentazioni pittoriali e verbali (concrete) con la vera funzione (astratta) dell'icona. Dall'altra parte, la Nokia ha aggiornato negli anni il proprio linguaggio grafico: partendo da un mondo ibrido (reale/virtuale) di riferimento ed una bassa complessità retorica delle icone, l'azienda europea ha cambiato approccio, orientandosi più marcatamente su rappresentazioni del mondo reale a discapito di quello virtuale, con una crescente complessità retorica intrinseca.

Tuttavia è necessario tenere in considerazione un fatto importante: l'ideazione e la scelta delle icone in questi dispositivi elettronici sono appannaggio di creativi che non seguono solitamente regole formali di produzione delle interfacce. Naturalmente esistono linee guida e direttive interne alle aziende in cui si esplicitano vincoli formali di progettazione e approcci generali (cfr. Cosenza 2008: 28-62), ma non si conoscono processi di produzione delle icone sistematizzati, ripetibili e basati su metodologie tratte dalle scienze del linguaggio. L'importanza di proseguire una ricerca avente come oggetto di studio le icone software sembra evidente: nuovi risultati nel campo potrebbero contribuire sia alla *siste-*

*matizzazione e comprensione* di uno dei linguaggi fondamentali del XXI secolo (com'è quello iconico digitale, applicato su una miriade di dispositivi diversi per caratteristiche tecniche, modalità d'uso e utenti), sia ad aiutare il *processo produttivo* delle icone e delle interfacce in generale in modo da venire incontro alle esigenze sempre più articolate degli utenti (es. anziani, disabili).

In questo lavoro si è cercato inoltre di far emergere l'importanza di una appropriata integrazione degli elementi costitutivi di un'icona software nello sviluppo e nell'analisi di interfacce grafiche digitali. Dal momento che le icone sono testi con forti vincoli progettuali (es. spaziali), è necessario riuscire ad ottimizzare al massimo i loro elementi per veicolare al meglio funzioni, sensi e mondi possibili. In questo senso, gli strumenti di semiotica e retorica possono coadiuvarsi nell'analisi delle parti pittoriali e verbali delle icone, ma i risultati devono essere poi integrati in una prospettiva multimediale che tenga conto delle interrelazioni formali e semantiche tra i differenti elementi segnificativi. Come ha ben messo in evidenza Manovich (2002), i linguaggi dei media digitali devono essere compresi nel loro sincretismo, abbandonando una prospettiva unimediale che mal si adatta alla realtà delle cose. In realtà, tale lezione andrebbe applicata non solo al dominio dei mezzi di comunicazione elettronici, ma a tutti i tipi di testi prodotti e fruiti dall'essere umano: se l'unimedialità *de facto* non esiste (Petöfi 2004), la ricerca deve proseguire il suo cammino verso modelli complessi di comprensione dei linguaggi sincretici e del loro uso da parte dell'uomo.

### *Bibliografia*

- Aristotele (2006), *Retorica e poetica*, a cura di, Marcello Zanatta, Milano: UTET.
- Barthes, R. (1964), "Rhétorique de l'image", «*Communications*», 4, 40-51.
- Bettetini, G. (2006), *L'Ulisse semiotico e le sirene informatiche*, Milano: Bompiani.



- Bolter, J.D., Grusin, R. (1999), *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge (Mass.): MIT Press; trad. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano: Angelo Guerini, 2003.
- Corrain, L. (a cura di) (2004), *Semiotiche della pittura. I classici. Le ricerche*, Roma: Meltemi.
- Cosenza, G. (2008), *Semiotica dei nuovi media* (nuova edizione), Roma-Bari: Laterza.
- Deni, M. (2002), *Oggetti in azione. Semiotica degli oggetti: dalla teoria all'analisi*, Milano: Franco Angeli.
- Eco, U. (1985), *Sugli specchi e altri saggi. Il segno, la rappresentazione, l'illusione, l'immagine*, Milano: Bompiani.
- Garbuglia, A. (2006), "Tipologia dei comunicati costituiti da un componente verbale e da uno musicale", in János S. Petöfi, Marcello La Matina *et al.* (2006), (a cura di), *Sistemi segnici e loro uso nella comunicazione umana. 6. Aspetti dell'interpretazione dei comunicati formati da un componente verbale e da uno musicale*, Macerata: Università di Macerata, 14-28.
- Genette, G. (1987), *Seuils*, Paris: Seuil; trad. it. *Soglie. I dintorni del testo*, Torino: Einaudi, 1989.
- Greimas, A.J. (1984), "Sémiotique figurative et sémiotique plastique", in *Actes Sémiotiques. Documents*, 60; trad. it. "Semiotica figurativa e semiotica plastica", in Paolo Fabbri, Gianfranco Marrone (2001), (a cura di), *Semiotica in nuce. Volume II. Teoria del discorso*, Roma: Meltemi, 196-210.
- Greimas, A.J., Courtés, J. (1979), *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris: Hachette; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano: Bruno Mondadori, 2007.
- Grice, P.H. (1989), *Studies in the Way of Words*, Cambridge (Mass.): Harvard University Press.
- Groupe  $\mu$  (1970), *Rhétorique générale*, Paris: Éditions Larousse; trad. it. *Retorica generale. Le figure della comunicazione*, Milano: Bompiani, 1980.
- (1992), *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*, Paris: Editions de Seuil; trad. it. *Trattato del segno visivo. Per una retorica dell'immagine*, Milano: Bruno Mondadori, 2007.
- Hatakeyama, K., Petöfi, J.S. *et al.* (1985), "Text, connexity, cohesion, coherence", in Emel Sözer, (eds.), *Text Connexity, Text Coherence. Aspects, Methods, Results*, Hamburg: Buske, 36-105.

- Manovich, L. (2002), *The Language of New Media*, Cambridge (Mass.): MIT Press; trad. it. *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano: Olivares, 2008.
- Mangano, D. (2008), *Semiotica e design*, Roma: Carocci.
- Mortara Garavelli, B. (1997), *Manuale di retorica*, Milano: Bompiani.
- Ortony, A. (2008), (eds.), *Metaphor and Thought. 2<sup>nd</sup> Edition*, Cambridge (Mass.): Cambridge University Press.
- Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L. (1958), *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Paris: PUF. Trad. it. *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Torino: Einaudi, 1976.
- Petőfi, J.S. (1982), "Semiotica verbale, teoria del testo, teoria della traduzione", in *Processi traduttivi: teorie e applicazioni. Atti del Seminario su "La traduzione" (Brescia, 19-20 novembre 1981)*, Brescia: La Scuola, 97-113.
- (2004), *Scrittura e interpretazione. Introduzione alla Testologia Semiotica dei testi verbali*, Roma: Carocci.
- (2005), "Approcci semiotico-testologici ai testi multimediali", in Antonio Tursi, (a cura di), *Mediazioni. Spazi, linguaggi e soggettività nelle reti*, Milano: costa & nolan, 94-109.
- (2008), *Da un ateneo all'altro. Verso la costruzione di una teoria semiotica del testo*, Macerata: Eum.
- Peőfi, J.S., Pascucci, G. (2001), "Tipologia dei comunicati costituiti da un componente verbale ed uno pittoriale", in János S. Petőfi & Giuliana Pascucci, (a cura di), *Sistemi segnici e loro uso nella comunicazione umana. 5. Comunicazione visiva: parole e immagini in comunicati statici*, Macerata: Università di Macerata, 31-41.
- Pozzato, M.P. (2001), *Semiotica del testo*, Roma: Carocci.
- Teobaldelli, P. (1999), "Aspects of Multimedial Communication", in Sam Inkinen, (eds.), *Mediapolis. Aspects of Texts, Hypertexts and Multimedial Communication*, Berlin-New York: Walter de Gruyter, 114-145.
- Zinna, A. (2004), *Le interfacce degli oggetti di scrittura. Teoria del linguaggio e ipertesti*, Roma: Meltemi.

**eum x** quaderni

# Heteroglossia

n. 12 | 2013

**SIMBOLI E METAFORE DI TRASFORMAZIONE NELLA  
DIMENSIONE PLURICULTURALE DELLE LINGUE, DELLE  
LETTERATURE, DELLE ARTI**

a cura di Graciela N. Ricci

**eum** edizioni università di macerata



ISBN 978-88-6056-349-1