

## Valori, desideri e modalità

## Programma Narrativo (PN)

- Un programma narrativo è una **successione di stati e trasformazioni** relativi a un soggetto e un oggetto di valore. **È ciò che un soggetto VUOLE o DEVE fare.**
- Di solito ci sono **più programmi narrativi** gerarchicamente correlati: un **programma d'uso** è un programma che serve a portare a termine il **programma narrativo principale.**
- Un **percorso narrativo** è l'insieme dei programmi narrativi che convergono verso lo **stesso scopo.**

## Carattere polemico della narratività

- Ogni PN si sviluppa in relazione a un **PN contrario**, detto anche **antiprogramma**, in cui un **antisoggetto (oppositore)** persegue uno scopo che **va contro** allo scopo del primo soggetto.
- A volte l'antisoggetto è in **sincretismo attoriale** con il soggetto stesso.

## Schema narrativo canonico

- Manipolazione:** il Destinante **contratta** con il Soggetto (lo convince/induce/stimola) affinché intraprenda un certo PN: **o glielo impone (dovere) o fa sì che lo desideri (volere).**
- Competenza:** il Soggetto acquisisce le **modalità** (potere, sapere) necessarie a intraprendere il PN.
- Performance:** **azione** del Soggetto per trasformare stati di cose.
- Sanzione:** il Destinante **giudica** se l'azione del Soggetto è conforme o meno al contratto iniziale.

## Schema narrativo canonico

- Manipolazione:** momento di **adesione ai valori**, necessario per attivare un PN.
- Competenza:** acquisizione delle **abilità** necessarie per realizzare un PN.
- Performance:** azione e **trasformazione** delle cose.
- Sanzione:** ritorno al tema dei **valori**, in chiave di **verifica** e **confronto** con i valori iniziali.

## Modalità

- Alla base del rapporto fra un Soggetto e un Oggetto, e fra un Soggetto e un altro Soggetto, ci sono **quattro orientamenti di fondo:**
- Volere:** **desideri**, tensioni del Soggetto;
  - Dovere:** regole della società, obblighi e divieti;
  - Sapere:** abilità **cognitive** del Soggetto: sapere, credere, immaginare, ecc.;
  - Potere:** sia **capacità** che **possibilità** di fare (inglese: can e may: "posso" nuotare e "posso uscire con l'auto se ho la targa giusta").

## Modalità

- In mancanza di qualche modalità fondamentale si ha un **PN d'uso con un oggetto, modale**.
  - Ci sono casi in cui **la ricerca di una data modalità è il programma narrativo principale**.
- Es.: La maggioranza dei **romanzi gialli** sono incentrati sul **voler sapere** ( $O_v = \text{sapere}$ ).
- Negli anni 90-primi 2000, le **campagne pubblicitarie nel campo delle telecomunicazioni** (servizi di telefonia fissa e mobile, connessione a Internet) mettevano spesso in gioco il **voler potere** ( $O_v = \text{potere}$ , nei due sensi di capacità e possibilità di fare, ma soprattutto nel secondo senso).

© Giovanna Cosenza

7

## Modalità

- Nella maggior parte dei testi le modalità **non compaiono esplicitamente** nei testi, ma sono **polarizzazioni, orientamenti** di porzioni del testo.
- Problema della **compatibilità fra le modalità**: voglio ma non posso, devo ma non voglio, voglio ma non so, devo ma non posso, posso ma non voglio...
- Un soggetto **agisce davvero** solo se tutte le modalità acquisite attraverso prima la manipolazione, poi la competenza sono compatibili fra loro.

© Giovanna Cosenza

8

## Modi di esistenza semiotica

- Virtualizzazione**: la manipolazione **virtualizza** un PN, perché fa sì che S aderisca ai valori del Destinante: il Destinante conferisce a S le modalità del **volere** o del **dovere** e S considera l'ipotesi di realizzare un PN.
- Attualizzazione**: S non solo vuole o deve ma si dota anche della **competenza**, cioè del **sapere** e del **poter fare**.
- Realizzazione**: nella **performance**, S agisce, realizza un PN.

© Giovanna Cosenza

9

## Assiologia

- Qualunque coppia di concetti contrari, astratta o concreta, può essere valorizzata e dunque può costituire una assiologia.
- Valorizzazione **positiva (euforica)** o **negativa (disforica)** di ciascuno dei termini della categoria semantica.
- Ogni caratterizzazione assiologica dipende dal singolo testo.**

© Giovanna Cosenza – Semiotica e Storytelling

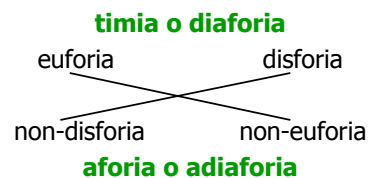
10

## Categoria timica

- Timia**: tendenza, disposizione affettiva di base.
- Eu-fo-ria**: attrazione, movimento di avvicinamento verso qualcosa
- Dis-fo-ria**: repulsione, movimento di allontanamento da qualcosa.
- A-fo-ria**: posizione di neutralità.

11

## Categoria timica (Fabbri e Sbisà 1985)



© Giovanna Cosenza – Semiotica e Storytelling

12

## Valori e oggetti di valore = O<sub>v</sub>

- L'oggetto è il **luogo di raccolta dei valori** che un soggetto investe.
  - Ciò che conta **non è l'oggetto in sé** ma il valore o i valori che qualche soggetto investe su quell'oggetto.
- Il valore dell'oggetto può variare nello stesso testo a seconda del contesto.**

© Giovanna Cosenza

13

## Relatività dei sistemi di valore

Stretta dipendenza di un **sistema di valori**:

1. dal **testo** che lo esprime;
2. dal **contesto culturale, storico, sociale** in cui il testo è stato concepito e prodotto, ovvero dall'**enciclopedia** di cui il testo è intessuto.

© Giovanna Cosenza

14

## Relatività dei sistemi di valore

Occorre **EVITARE** la tendenza **universalistica**, o perlomeno **generalizzante**, della semiotica del primo Greimas, che parlava di "**articolazioni elementari** di universi semantici, ... che **non** corrispondono a priori a nessuna realtà sociologica o psicologica", e di "**strutture assiologiche elementari**".

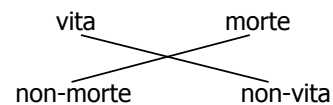
(Greimas, *Maupassant*, 1976, tr. it.: 126)

© Giovanna Cosenza - Semiotica e Storytelling

15

## Relatività dei sistemi di valore

### Universo individuale

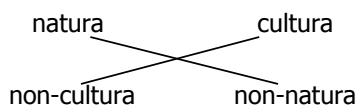


© Giovanna Cosenza - Semiotica e Storytelling

16

## Relatività dei sistemi di valore

### Universo collettivo



© Giovanna Cosenza - Semiotica e Storytelling

17

## Relatività dei sistemi di valore

Secondo la tendenza generalizzante della prima semiotica greimasiana, avremmo dovuto dire che **ci sono strutture assiologiche elementari** per cui tendenzialmente pensiamo come **buoni** e **desiderabili** i concetti relativi a **vita** e **natura** e come **cattivi** e **non desiderabili** quelli relativi a **morte** e **cultura**.

**Ma OVVIAMENTE oggi sappiamo bene che non si può generalizzare.**

© Giovanna Cosenza - Semiotica e Storytelling

18

## Valori e desideri

Viviamo oggi, si dice, in una società del **desiderio**.  
L' economia globale crolla se non accelera spinta da un aumento della **domanda**.  
Parlare di domanda non è altro che tradurre in termini commerciali un discorso sui **desideri**.  
Le potenze del mondo competono dunque sulla **capacità di suscitare i desideri** ancor più che di soddisfarli.

## Valori e desideri

**Creare desideri** è difficile e problematico.  
Occorre mettere in atto **strategie complesse di valorizzazione degli oggetti** (non solo prodotti, ma anche concetti, esperienze, contesti di vita, interi stili di vita), in modo da **indurre le persone** (gruppi piccoli o grandi di persone, molte persone, masse di persone...) a **desiderarli**.

## Valori e desideri

**Potere in sé eversivo del desiderio...**  
...perché considera la realtà **insufficiente, insoddisfacente, manchevole** di qualcosa per immaginare al suo posto una situazione migliore, più soddisfacente, più piena.  
Per questo il desiderio implica un **cambiamento della realtà**, produce turbamento e movimento.  
Dunque va **addomesticato**.

## Valori e desideri

Il **catalogo dei desideri possibili** è contenuto fisicamente nei centri commerciali, è illustrato dalle tv e sui giornali, ed è continuamente ripetuto.

### ATTENZIONE!

La **moltiplicazione QUANTITATIVA** di desideri identici e determinati collettivamente è un modo per realizzare la loro **limitazione QUALITATIVA, il loro CONTROLLO**.

## Valori e desideri

Carattere **narrativo** del desiderio: non si desidera mai un oggetto puramente e semplicemente, ma un corso di cose che ci mette in relazione con l' oggetto secondo una **organizzazione narrativa**: manipolazione, competenza, performance, sanzione.  
Per questo, **il desiderio deve essere suscitato per via narrativa**: la comunicazione di massa ci racconta **STORIE** in modo più o meno esplicito e diretto (a volte ci evoca, ci fa immaginare, intuire storie).

## Modalità

Alla base del rapporto fra un Soggetto e un Oggetto, e fra un Soggetto e un altro Soggetto, ci sono **QUATTRO ORIENTAMENTI DI FONDO**:  
**Volere**: desideri, tensioni, propensioni del Soggetto;  
**Dovere**: regole della società, obblighi, divieti;  
**Sapere**: abilità **cognitive** del Soggetto: sapere, credere, immaginare, ecc.;  
**Potere**: sia **capacità** che **possibilità** di fare (inglese: **can** e **may**: “posso” nuotare e “posso uscire con l' auto se ho la targa giusta”).

## Modalità

- In mancanza di qualche modalità fondamentale si ha un **PN d'uso con un OGGETTO<sub>v</sub> MODALE**.
  - Ci sono casi in cui **la ricerca di una data modalità è il programma narrativo principale**.
- Es.: La maggioranza dei **romanzi gialli** sono incentrati sul **voler sapere** ( $O_v = \text{sapere}$ ).
- Molte **campagne pubblicitarie nel settore delle automobili** mettono in gioco il **voler potere** ( $O_v = \text{potere}$ , nei due sensi di **capacità** e **possibilità** di fare, ma soprattutto nel secondo senso).

## Modalità

- Nella maggior parte dei testi le modalità **non compaiono esplicitamente**, ma sono **polarizzazioni, orientamenti** di porzioni del testo.
- Problema della **compatibilità fra le modalità**: voglio ma non posso, devo ma non voglio, voglio ma non so, devo ma non posso, posso ma non voglio...
- Un soggetto **agisce davvero** solo se tutte le modalità acquisite attraverso, prima, la manipolazione, poi, la competenza sono compatibili fra loro.

## Modi di esistenza semiotica

- Virtualizzazione**: la manipolazione **virtualizza** un PN, perché fa sì che S aderisca ai valori del Destinante: il Destinante conferisce a S le modalità del **volere** o del **dovere** e S considera l'ipotesi di realizzare un PN.
- Attualizzazione**: S non solo vuole o deve ma si dota anche della **competenza**, cioè del **sapere** e del **poter** fare.
- Realizzazione**: nella **performance**, S agisce, realizza un PN.