

Indice

Introduzione	7
Capitolo 1	
Segni di Marca. La cassetta degli attrezzi della semiotica	11
1. Cos'è un brand? L'identità di marca	11
2. Segno, significato e significante	15
3. Identità e differenza	19
4. L'identità è differenza. Praticare la dialettica	20
5. Segno, Struttura e piano simbolico	23
6. Alcune conseguenze per la teoria del Branding	24
7. Ogni cosa è un segno. Di cosa?	29
8. La materia dei segni... e la loro sostanza	33
Capitolo 2	
Miti di Marca. Tra Immagini e Parole	37
1. Segni chiari e distinti, segni impazziti	37
2. Il mito e il Brand	39
3. Miti: dalla lingua all'immagine	41
4. Case History: il mito dell'arredamento italiano	44
5. Immagini <i>vs</i> linguaggio verbale	46
Capitolo 3	
Testi di Marca. Quadrati, Fiabe ed Eroi	49
1. Il testo è una costruzione dinamica, destinata a continui mutamenti	50
2. Il modello generativo in pillole	52

Capitolo 4	
Codici di marca. Da Jakobson al Web, passando per i neuroni specchio	63
2. Il codice visivo. Categorie figurative e plastiche	72
3. Approfondimento: la retorica del verbale e del non verbale	77
Capitolo 5	
Strategie di marca. Da Eco alla socio-semiotica, dai testi alle enciclopedie sociali	81
1. Dal codice al dizionario, all'Enciclopedia	81
2. Quanti sono "il mittente" e il "ricevente"?	84
3. Dal testo all'ipertesto	86
4. Case History: la pagina Facebook del Mulino Bianco	87
5. Il contesto	91
6. "Non intendevo quello!". Decodifiche aberranti	92
7. Il Canale "opaco"	95
8. Il modello comunicativo del Branding	96
9. Il nuovo modello	98
10. Appendice: gli strumenti sociologici del semiotico	100
11. Caso Pratico. Studio Semiotico del testo Mercedes "Bertha Benz" per la Campagna She's Mercedes	104
12. Altri casi studio: advertising cartacei	112
Capitolo 6	
Valori e Stili di Marca. Semiotica dei consumi	119
1. Il quadrato delle valorizzazioni	119
2. Filosofie pubblicitarie	124
3. Identità di stile e Unità Diderot	128
4. Conclusioni. Identità visive e strategiche	129
Capitolo 7	
Tecniche comunicative e analisi semiotica. Il modello in azione. Il caso Ikea	131
Bibliografia	141