

nanzi tutto, che la distinzione fra le varie discipline scientifiche vada effettuata a livello metodologico e non dell'oggetto di indagine, che non è valida discriminante; in secondo luogo, lo studio delle comunicazioni di massa ha già individuato un proprio oggetto unitario, nella misura in cui afferma che — di là dalle differenze di natura e di effetto — *i fenomeni cui esso si applica possiedono caratteristiche strutturali comuni, derivanti dall'industrializzazione dei processi comunicativi*.

E' su quest'ultima proposizione che si innesta la legittimità di una produzione *semiologica* del metodo; la semiologia, è noto, « studia tutti i fenomeni di cultura come se fossero sistemi di segni, e cioè fatti di comunicazione; e procede in questo modo appoggiandosi all'ipotesi, dimostratasi assai feconda, che tutti i fenomeni di cultura siano fenomeni di comunicazione e dunque siano descrivibili e catalogabili come sistemi di segni ». A conferma, del resto, delle connessioni esistenti tra la scienza dei segni e le comunicazioni di massa c'è il fatto, non casuale, della dislocazione subita negli ultimi tempi dal centro di gravità degli interessi semiologici: dagli ambienti interessati alla linguistica agli ambienti interessati alle comunicazioni di massa. Roland Barthes, lo stesso Umberto Eco, autore del libro in esame, ne forniscono una verifica; di Barthes è nota la proposta (cfr. *Miti d'oggi*) a riflettere sulle tecniche di significazione (« sistema semiologico secondo ») per demitizzare i mes-

saggi diffusi dai *mass media*; quanto all'A., già qualche anno addietro si faceva promotore di un progetto di indagine semiologica del messaggio televisivo.

Sembra dunque evidente, da quanto precede, che la tendenza a cercare nella semiologia la chiave interpretativa dei processi comunicativi risponda ad una necessità nata dalla problematica stessa delle comunicazioni di massa. Riassumendo con le parole dell'A. « ... lo studio delle comunicazioni di massa ha trovato la sua completa unità di metodo e di oggetto nel momento in cui si è riconosciuto come uno dei capitoli fondamentali di una semiologia generale ».

Resta da spiegare perché si parli, nel testo in discussione, di « semiologia delle comunicazioni visive », che rischia di apparire definizione insieme restrittiva (le comunicazioni di massa non sono esclusivamente visive) e indebitamente estensiva (le comunicazioni visive non rientrano tutte nell'ambito delle comunicazioni di massa ma, ad esempio, in quello dell'estetica).

Il rischio, tuttavia, esiste solo a livello di una considerazione teorica; in linea pratica, infatti — pur senza contestare la validità delle precedenti obiezioni — c'è da rilevare che lo studio delle comunicazioni visive oggi si concentra in particolare sulle comunicazioni di massa: quanto basta per confermare la correttezza della definizione.

Una semiologia delle comunicazioni visive non è comunque senza pro-