

**CURRICULUM VITAE ATTIVITA' DIDATTICA E SCIENTIFICA**

**Giulia Adriana Ceriani**  
**Professore associato**

**Settore scientifico disciplinare: M-FIL/05 -Filosofia e teoria dei linguaggi**

## FORMAZIONE

- 1984            Laurea in Discipline delle Arti, della Musica e dello Spettacolo (Università di Bologna, 110 e lode)
- Dal 1985        Partecipazione ai lavori del Gruppo di Ricerche Semiolinguistiche di Parigi, sotto la direzione di A.J.Greimas
- 1986            Diplôme d'Etudes Approfondies en Sciences du langage (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Parigi )
- 1996            Dottore in Sciences du langage (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Parigi; menzione:"*très honorable*")
- Dal 2005        Ricercatore a tempo indeterminato
- 2020            Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale per la seconda fascia, settore MFIL\_05
- 2023            Conseguimento dell'Abilitazione Scientifica Nazionale per la prima fascia, settore MFIL\_05

## LINGUE

Francese-Italiano: bilingue

Inglese: ottimo (First Certificate\_C1); nel 2018 borsa di mobilità presso il King's College (Cambridge, UK) finalizzata al perfezionamento della lingua inglese

Spagnolo: letto e capito

## QUALIFICAZIONE DIDATTICA

### A. INCARICHI DI INSEGNAMENTO IN ITALIA

#### **Attività e incarichi didattici svolti nel presso l'Università di Bergamo (da novembre 2019)**

2019-20 corso di Politiche Pubbliche e Comunicazione (6CFU, corso di Laurea Magistrale) e due laboratori (5 CFU l'uno): Analisi delle tendenze e Analisi semiotica del testo pubblicitario.

2020-21 e 2021-22 corso di Pubblicità e Strategie di Comunicazione di Impresa (2 moduli: 10 CFU, corso di Laurea Triennale) e due laboratori (5 CFU l'uno): Analisi delle tendenze e Analisi semiotica del testo pubblicitario.

2022-23 corso di Pubblicità e Strategie di Comunicazione di Impresa (2 moduli: 10 CFU, corso di Laurea Triennale SCO); corso di Semiotica (5 CFU, corso di Laurea Triennale in Filosofia); corso di Comunicazione d'Impresa (5 CFU, corso di Laurea Magistrale CIE)

2023-24 corso di Strategie di Comunicazione Pubblicitaria (8 CFU, corso di Laurea Triennale SCO); corso di Semiotica della moda (6 CFU, corso di Laurea Triennale in Lettere); corso di Comunicazione d'Impresa (12 CFU, corso di Laurea Magistrale CIE)

### **Attività e incarichi didattici svolti dal 1992 al 2023:**

- 1992 . Insegnante incaricato al Master dell'Accademia di Comunicazione, Milano ("*Analisi del visivo*")
- 1993-1997 Professore a contratto allo I.U.L.M., Milano  
-(seminario sull"*Analisi della stampa*") presso la cattedra di *Teorie e tecniche della comunicazione di massa*  
-(seminario "*Analisi delle tendenze*") presso la cattedra di *Storia del costume e della moda*  
-(seminario "*Moda e comunicazione*") presso la cattedra di *Storia del costume e della moda*
- 1997-2005 Professore a contratto, Università di Siena, corso "*Comunicazione pubblicitaria*"
- 2005-2019 Professore Aggregato di Comunicazione pubblicitaria e Strategie persuasive, Università di Siena (sia presso il corso di Laurea Triennale che alla Magistrale)  
Direzione di tesi di laurea triennale e magistrale
- 2009-2020 Modulo di insegnamento "*Management della pubblicità*", Master in Comunicazione di Impresa dell'Università di Siena
- 2011-2013 Modulo di insegnamento "*Moda e semiotica*" (in italiano e in inglese), all'interno della sezione Brand Direction del Master in Fashion Management coordinato da Università Cattolica, Bocconi e Politecnico a Milano
- 2019-2022 Professore Aggregato, Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione, Università di Bergamo  
Direzione di tesi di laurea triennale e magistrale
- Dal 2022 (ottobre) Professore Associato, Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione, Università di Bergamo  
Direzione di tesi di laurea triennale e magistrale
- 2023 Conseguimento dell'abilitazione a Professore di Prima Fascia (MFIL-05)

## B. INCARICHI DI INSEGNAMENTO O DI RICERCA ALL'ESTERO

1987-89 Lettore di Italiano presso la Facoltà di Letteratura Comparata, Università di Tours  
1989-1991 Institut Francais de la Mode (Parigi, Francia), corso "L'italien de la mode"  
1994-1995 INALCO (Parigi, Francia), corso "Analyse des rapports texte-image"  
1995 Invited professor Università di Stato (Sao Paolo, Brasile), corso "Moda e comunicazione"  
1999 Invited professor Università di Stato (Lima, Perù), corso "Marketing e comunicazione"  
2000 Fundación de Belas Artes (Madrid) "Moda e tendenza: gestire la contraddizione"  
2006 EHESS, Parigi - seminario Pouvoirs de la publicité: "Border advertising: communication mutante et visée analytique"  
2008 Southeast European Center for Semiotic studies at New Bulgarian University, Sozopol, Bulgaria, seminario "New tools for strategic marketing research"  
2024 University of the Arts, London\_Central St Martins\_ Visiting Professor

## QUALIFICAZIONE SCIENTIFICA

### A. PUBBLICAZIONI

	2023	(contributo in rivista)  « Materialità immateriale. Il paradosso delle skin ». pp 223-229, E/C vol.37
1	2023	(Contributo in volume)  « Chanel » in SIMBOLI D'OGGI. CRITICA DELL'INFLAZIONE SEMIOTICA, a cura di Managno, D. e Sedda, F., Meltemi Editore, Milano
2	2023	(Monografia)  THE SENSE OF RYTHM Emerald Publishing, UK
3	2022	(Articolo in rivista)  "La creatività nel campo semantico dell'innovazione", pp, Acta Semiotica 4,II
4	2022	(Articolo in rivista)

		“Aritmie”, pp 98-106 , Acta Semiotica 3, II
5	2021	(Articolo in rivista) “Post?”, pp. 276-281 , Acta Semiotica 2, I
6	2021	(Articolo in rivista) “Costruire il futuro. Strategie dell'incertezza e logiche alternative”. pp 80-84, E/C vol.32
7	2021	(Articolo in rivista) “Vuoto/i. Inversione di paradigma”, pp 147-152, E/C vol.31
8	2020	(Articolo in rivista) « Futuro anteriore.Pubblicità, cambiamento, anticipazione» in FILOSOFIE SEMIOTICHE, vol. 7, n1, <i>Filosofie pubblicitarie</i> , rivista online, Il Sileno Edizioni
9	2020	(Contributo in volume) « Visione e anticipazione» in LA MODA FRA SENSO E CAMBIAMENTO. Teorie, oggetti, spazi a cura di Isabella Pezzini e Bianca Terracciano, Biblioteca Semiotica/Meltemi Editore, Milano
10	2020	(Contributo in volume) « Transmedia brand fiction: gli snodi figurativi dello storytelling» in TRANSMEDIA BRANDING. Narrazione, esperienza, partecipazione, a cura di Paolo Bertetti e Giuseppe Segreto, ETS Edizioni, Pisa
11	2020	(Monografia) ILSENSO DEL RITMO (nuova edizione), Meltemi Editore, Milano
12	2019	(Articolo in rivista) « Munchie Food: Munchie people. Invertire il paradigma generazionale» in E/C, n. 27, ottobre, <i>Politiche della cucina</i> , rivista online
13	2019	(Contributo in volume)

		« Régimes de visibilité, croyance et trompe-l'oeil: haute définition (HDTV) et basse définition (LDTV) dans la représentation médiatique" in LE SENS, LE SENSIBLE, LE REEL. Essais de sémiotique appliquée, a cura di Anne Hénault, Sorbonne Université Presses, Paris
14	2019	(Articolo in rivista) « Le tendenze : il gusto come oggetto di semiotica predittiva, ACTES SEMIOTIQUES, n.122
15	2019	(Contributo in volume) « Communication stratégique et digitalisation : sémiotique de l'anticipation » in LA SEMIOTIQUE ET SON AUTRE, AAVV. .Kimé Ed., Paris
16	2019	(Contributo in volume) « Giovani senza » in MILLENNIALS E CULTURA DIGITALE. CONSUMI E PROGETTUALITA CULTURALE TRA PRESENTE E FUTURO, a cura di Associazione Civita, Marsilio Editore, Roma
17	2018	(Articolo in Atti di convegno) "Paillettes. Cangianti figure di luce" in LA LUCE E I SUOI PERCORSI PASSIONALI, a cura di R. Canova e E. Ogliotti, Zel Edizioni, Treviso
18	2018	(Monografia) CAVALLI AL GALOPPO E POMODORI. RIFLESSIONI METODOLOGICHE, ESERCIZI DI ANALISI E PRATICHE SOCIALI FrancoAngeli Editore, Milano
19	2017	(Articolo in rivista online) The study of the future, Social Forecasting, Mutations: Semiotic challenges and contributions, in SEMIOTICA: Journal of the international association for semiotic studies, Mouton De Gruyter, Berlino
20	2017	(Contributo in volume)

		“Big Data e Google Trend”, in NELLA RETE DI GOOGLE, a cura di V.Del Marco, I. Pezzini, FrancoAngeli Editore, Milano
21	2017	(Contributo in volume)  “La pubblicità”, in MARKETING E COMUNICAZIONE, a cura di M.Masini, J.Pasquini, G.Segreto, Hoepli Editore, Milano
22	2016	(Contributo in volume)  “Reputazione, popolarità, sentiment. Discorsi sul sesso in rete e problematiche di ricerca integrata”, in NUOVE FORME D'INTERAZIONE: DAL WEB AL MOBILE, a cura di G.Ferraro e A.M.Lorusso, Libellula Editore, Tricase
23	2016	(Contributo in volume)  “I Google Glass tra ipermediazione e rimediazione” , in RIMEDIAZIONI, a cura di T.Migliore, Aracne, Ariccia
24	2015	(Contributo in volume)  “La trasparenza da tratto espressivo a valoriale: slittamenti e mutazioni” , in TRANSPARENCIA Y SECRETO, a cura di M.Serra e O.Gomez, Visor Libros, Madrid
25	2014	(Contributo in volume) “Controtendenze” , in CORPI MEDIALI, a cura di I.Pezzi e L.S Spaziante, ETS edizioni, Pisa
26	2013	(Contributo in volume)  “Neri per caso. Cigni, cose, casualità” in <i>La nerezza del nero</i> , a cura di Eva Ogliotti e Ruggero Canova, ZeL Edizioni, Treviso
27	2013	(Contributo in volume)  “Semiotica del passaggio. Tra rischio, tensione e tendenza”, in AS INTERAÇÕES SENSÍVEIS: ENSAIOS DE SÓCIOSEMIÓTICA A PARTIR DA OBRA DE ERIC LANDOWSKI; a cura di Ana Claudia Mei Alves de Oliveira, Editions Estação das Letras e Cores e Editora CPS, San Paolo (Brasile)
28	2013	(Articolo in rivista online)

		<p>"Pertinente impertinence", in NOUVEAUX ACTES SEMIOTIQUES, Pulim, Limoges, n.116</p>
29	2012	<p>(Articolo in rivista online)</p> <p>"Forme dell'usura" in E/C 27/2/2012</p>
30	2011	<p>(Articolo in rivista)</p> <p><i>"Immaginario e tendenze. LEXIA, vol. 11-12, p. 103-111</i></p>
31	2010	<p>(Curatela e introduzione)</p> <p>IMPERTINENZE a cura di G. Ceriani e E.Landowski eds., et.al. edizioni, Milano</p>
32	2008	<p>(Contributo in volume)</p> <p><i>"Corpi oggetto: sensorialità e sensibilizzazione"</i> in <i>Texture. Scritti seriosi e schizzi scherzosi per Omar Calabrese</i>, a cura di S.Jacoviello, T.Lancioni, A.Mengoni, F.Polacci, Protagon, pp. 246-256</p>
33	2007	<p>(Monografia)</p> <p>HOT SPOTS E SFERE DI CRISTALLO. Semiotica della tendenza e ricerca strategica, Franco Angeli, Milano</p>
34	2006	<p>(Articolo in rivista)</p> <p><i>"Intermedialità e telefoni portatili di nuova generazione: una ricerca di terreno"</i>, in <i>VISIBLE, "Intermedialité visuelle"</i>, n.3, PULIM, Limoges</p>
35	2006	<p>(Contributo in volume)</p> <p><i>"Scenari del consumo e del cambiamento sociale"</i>, in <i>PERSONAL MANAGER, L'ECONOMIA DELLA VITA QUOTIDIANA</i>, vol. 6 <i>I consumi e i consumatori</i>, Università Bocconi Editore, Milano,</p>
36	2005	<p>(Contributo in volume)</p> <p><i>"Sano, malsano o bello: la salute come metafora"</i>, in <i>IL DISCORSO DELLA SALUTE</i> (G. Marrone ed.), Meltemi Editore</p>
37	2004	<p>(Monografia)</p> <p>SENSO DEL RITMO, Meltemi, Roma</p>

38	2003	(Contributo in volume)  <i>"L'etica subita: corpi interessanti e forme imbarazzanti"</i> in DISCIPLINE DELLA MODA, Liguori, Firenze (a cura di B. Valli, P.Calefato, B.Barzini)
39	2002	(Contributo in volume)  <i>"Mercati, segni e simboli. Una rete di parole"</i> , in MERCATI. LIBERTA' E REGOLE PER LA DEMOCRAZIA ECONOMICA, IL Sole 24 Ore, Milano, (a cura di A.Calabrò)
40	2001	(Articolo in rivista)  <i>"Tendencias no circuito da moda"</i> , in DE SIGNIS, 1, Gedisa, Barcelona
41	2001	(Monografia)  MARKETING MOVING, FrancoAngeli, Roma
42	2000	(Articolo in rivista)  <i>"Federambiente: superamento del green marketing"</i> , EQUILIBRI, n.2, Il Mulino, Bologna
43	2000	(Articolo in rivista)  <i>"I trend della moda"</i> , MICRO- MACRO MARKETING, 1
44	1999	(Contributo in volume)  <i>"Ver y creer: desde la mutación de los materiales hasta el objeto en potencia"</i> , in FRONTERAS DE LA SEMIOTICA (A.A.V.V.), Universidad de Lima
45	1999	(Contributo in volume)  <i>"Una rete per unire e respingere"</i> , in DUEMILA. VERSO UNA SOCIETA' APERTA, vol.3, (A.A.V.V.), Ed.Il Sole 24 Ore, Milano
46	1997	(Contributo in volume)  <i>"Introduzione all'edizione italiana"</i> di: Jean-Marie Floch, IDENTITÀ VISIVE, Franco Angeli Editore, Milano
47	1997	(Pre-pubblicazione)

		<p>"Forme dell'usura: lo spreco e l'impronta" in  in FORME DELL'USURA, Pre-pubblicazioni  dell'Università di Urbino, n.263-264-265</p>
48	1995	<p>(Cura e introduzione)</p> <p>MODA: REGOLE E RAPPRESENTAZIONI. Il sistema, il  cambiamento, la comunicazione, (a cura di, con  R.Grandi), Franco Angeli Editore, Milano</p>
49	1994	<p>(Contributo in volume)</p> <p>"Le metafore del sensibile",  in Grandi R., SEMIOTICA AL MARKETING, Franco  Angeli, Milano</p>
50	1992	<p>(Contributo in volume)</p> <p>"Du rythme comme structure conceptuelle",  in RYTHME ET CREATION (a cura di J.-Jacques  Wunenburger), Paris, L'Harmattan</p>
51	1989	<p>(Contributo in volume)</p> <p>"Persuasion y estrategias de control en la  comunicacion publicitaria audiovisual: un  ejemplo", in INFORMACION Y PERSUASION, (J.J.  Garcia-Noblejas e J.J. Sanchez Aranda eds.)  Universidad de Navarra</p>
51	1988	<p>(Articolo in rivista)</p> <p>"Regulazion, Raum und Handlung.E.Goffmann  Handlungstheorie im Lichte der Kognitiven  Wissenschaften und der strukturalen Semiotik"  (con Peter Stockinger), DOXA PHILOSOPHICAL  STUDIES, 14,pg.5-22</p>
53	1985	<p>(Articolo in rivista)</p> <p>"Dal sincretico al sinestesico. Ragionamento sulla  critica teatrale" VERSUS, 41, pg. 95-116</p>

## B.ORGANIZZAZIONE O PARTECIPAZIONE A CONVEGNI DI CARATTERE SCIENTIFICO IN ITALIA O ALL'ESTERO

1986 . Bologna, XIV Convegno Associazione Italiana di Studi Semiotici Il  
Punto di vista. Relazione: "Vista, montaggio, svista"

- 1988 . Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica, Convegno Tempo e Aspetto. Relazione: "Il ritmo: configurazione aspettuale e manipolazione percettiva"
- . Pamplona, Convegno Internazionale Informacion y persuasion. Relazione: "Persuasion y control en la estrategia publicitaria audiovisual"
- 1989 . Barcelona, Congresso Internazionale di Semiotica L'Homme et ses signes. Relazione: "Rythme et régulation théâtrale"
- . Paris, Workshop CNRS Temps, Structure, Histoire. Relazione: "La Structure conceptuelle rythmique"
- . Cerisy, Convegno Théories du rythme. Relazione: "Rythme et cognition"
- 1990 . Salzburg, Workshop CNRS Identification, Transfert, Déplacement. Relazione: "Identification, déplacement, cognition dans Salomé de O. Wilde"
- . Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica, Convegno Le passioni del valore. Relazione: "Di santa passione"
- 1992 . Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica, Convegno Marketing e semiotica. Relazione: "Le metafore del sensibile"
- . Blois, Convegno dell'A.I.S.I.M. Critique de la raison publicitaire (direzione scientifica e organizzazione, con Michel Constantini). Relazione: "Sur l'identité visuelle"
- 1993 . Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica, Convegno Moda: modelli, regole, dinamiche comunicative (direzione scientifica e organizzazione, con Roberto Grandi). Relazione: "Moda e gravidanza. I travestimenti della Gestalt"**
- 1994 . Roma, Convegno La città senza nome, Relazione: "La città come attore comunicativo"
- . **Milano, I.U.L.M., Convegno Le tendenze nel sistema della moda: questioni aperte e opportunità di mercato, direzione scientifica e organizzazione (con Vanni Codiluppi)**
- . Parigi, E.H.E.S.S., Workshop C.N.R.S. La stéréotypie. Relazione: "Pubblicità e stereotipi"
- . Marseille, International Congress of Esthetics. Relazione: "Arte e comunicazione"

- 1995 . Perugia, Università per stranieri, Convegno La cultura del progetto, Relazione: "Progetto: la passionalità ragionevole"
- . Kassel Universitat, International Conference Semiotics of the media. Relazione: "Invitation to travel. The window/shop relationship in the communication of fashion"
- . Valencia, VI Conferenza Internazionale Rete dei Centri di Formazione Multimedia del Mediterraneo, Comunicación en el cambio de sigla. Relazione: "Il Mediterraneo nella pubblicità italiana"
- . Copenhagen, European Association for Consumer Research Conference. Relazione: *The semiotic trend observatory Modamix*"
- . Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica, Convegno Le forme del gusto. Relazione: "L'orco e la ballerina. Sul gusto come categorizzazione e come invenzione"
- . Milano, IULM. Convegno Moda e comunicazione. Relazione: "Marketing interattivo e shop design"
- . Milano, Università Cattolica del Sacro Cuore, Convegno Internazionale Moda, mode, modi del vivere metropolitano. Relazione: "Moda e design: la pertinenza semiotica"
- 1996 . Parigi, EDF/GDF, Colloque international Sémiologie en entreprise. Relazione: *Sémiotique et image coordonnée: la voie italienne*"
- . Convegno internazionale di semiotica visiva, San Paolo del Brasile: *Voir et croire: de la mutation des matériaux à l'objet en puissance*
- 1997 **Urbino, Centro Internazionale di semiotica e Linguistica. Direzione scientifica e organizzazione, con Eric Landowski, del convegno L'usura: forme della consunzione. Relazione: "Lo spreco e l'impronta".**
- 1998 Rio de Janeiro, UNESCO International Conference "Agenda of the Millennium" Media and social perception: "The Media and the Millennium"
- . Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e linguistica, Convegno: Il ritmo, Relazione: "Ritmo e Gestalt"
- .Siena, Convegno Internazionale di Semiotica Visiva, "Marketing moving"
- 1999 Roma, Convegno Associazione Italiana di Studi Semiotici, "Che cosa non è la socio-semiotica"
- 2000 Urbino, Centro intern. di Semiotica e Linguistica: convegno Il corpo

Relazione: *Corpi salienti*

- 2001 Urbino, Convegno Etica e moda  
Relazione: "Corpi interessanti e forme imbarazzanti"
- Urbino, Centro internazionale di Semiotica e Linguistica: convegno Media e narratività, relazione "Tendenza e comunicazione pubblicitaria"
- Madrid, Escorial: Cursos de Verano: seminario "El cuerpo"
- 2002 Université de Louvain, Convegno "Les effets de matière comme synesthésie", relazione "La synesthésie entre contamination et fusion"
- 2003 Castiglioncello, XXXI Convegno Associazione Italiana Studi Semiotici, Convegno "Semio-food. Comunicazione e cultura del cibo", relazione "Semiotica delle tendenze alimentari: dai concetti di prodotto alle forme di vita"
- :
- 2004 Spoleto, XXXII Convegno Associazione Italiana Studi Semiotici, Convegno "Il discorso della salute", relazione "Sano, malsano o bello. La salute come metafora"
- :
- 2004 S. Marino, Centro Internazionale di Studi Semiotici e Cognitivi.  
Tensione e interpretazione. Le dinamiche dell'aspettativa nei testi, relazione "Il ritmo come tattica tensiva: regolazione passionale e giudizio di valore (il caso Nike football)"
- 2005 Bruxelles, Journées d'étude Intermédialité visuelle  
"Intermédialité et téléphones portables de nouvelle génération : une étude de terrain"
- 2005 Monterrey (Mexico), Universidad Autonoma de Nuevo León, 2° Congreso mundial de Semiotica y Comunicación, La dimension de los mass-media, relazioni: "Border advertising, edge marketing and cross-semiotics"; "Smart mobs: new technologies, intelligent networks and mass-media semiotics"
- 2006 Limoges, 13-14 ottobre, L'adaptation des pratiques culturelles sur support multimedia : vers de nouvelles formes de vie ? « Mass media vs multimedia: la sémiotique à l'épreuve de la nouvelle intelligence médiatique »
- 2007 "Understanding/Misunderstanding" \_ University of Helsinki, International Semiotics Institute at Imatra. 9th World Congress of IASS/AIS  
Relazione "Trends forecasting and semiotics: power, risks and decision "
- 2007 **"Bricolage e significazione: Jean-Marie Floch, riflessione teorica e pratiche descrittive" (Organizzazione del convegno, con Gianfranco Marrone) \_ Università di Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica**

- 2008 "Finzioni autobiografiche" \_ Università di Urbino, Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica  
Relazione "Blog e giovanissime età"
- 2008 "Ai margini del figurativo" \_ Università di Siena/Paris VII  
Relazione: "Figuratività double face: argomentazione persuasiva e rappresentazione del mondo innaturale"
- 2009 "Pertinente impertinenza" ( Organizzazione del convegno, con Eric Landowski-CNRS,Paris)  
Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" - Centro Internazionale di Semiotica e Linguistica -Relazione introduttiva
- 2010 "La sémiotique aujourd'hui" \_ Université de la Sorbonne, Université de Limoges, Université de Paris IV c/o Abbaye de Royaumont, France  
Relazione: "Sémiotique et nouvelles interfaces"
- 2010 "Immaginario, immagini e media- la qualità della televisione" \_ Università di Torino/Convegno di chiusura SUMMER SCHOOL  
Relazione: "Immaginario e tendenze"
- 2011 Moda e comunicação \_Università di Lisbona- CECL Colóquio Internacional  
Relazione : "Tendances et imaginaires de consommation: mode, publicité, possibilité"
- 2011 "Back to black. La nerezza del nero" \_ IUAV- Venezia  
Relazione : "Neri per caso. Cigni, cose, casualità"
- 2012 "Fashion Tales 2012" \_ Convegno Internazionale c/o Università Cattolica di Milano  
Relazione : "Fashion narrativity and e-mix"
- 2012 "Postfeminism? The culture and politics of gender in the age of Berlusconi " \_  
Università di Bologna- Scuola Superiore di Studi Umanistici, Convegno Internazionale Tavola rotonda : " Gendered Identities in Advertising - Identità di genere nella comunicazione pubblicitaria"
- 2012 "La luce e i suoi percorsi passionali" \_ IUAV-Venezia  
Relazione: "Paillettes. Cangianti figure di luce"
- 2012 "Society & Social . Campagne internazionali dedicate a temi sociali" \_  
Università di Siena
- 2013 "Consumo-Experiencia e Sentido" \_ Sao Paulo, III Seminario Internacional de, Estudos e Pesquisas  
Relazione: "Invencao e inovacao: monitoramento de tendencias como motor semiotico da experiencia da marcas"
- 2013 "Arti del vivere e semiotica" \_ Rimini, Associazione Italiana di Studi Semiotici, XLI Convegno  
Relazione "Controtendenze"

- 2013 “Secreto y Transparencia: wikileaks y otros cambios en la semiosfera mediatica”\_ Madrid, Il Congresso Internazionale del GESC, Associazione Italiana di Studi Semiotici, Fundacion Instituto Universitario Ortega- Maranon  
Relazione: “La trasparenza da tratto espressivo a valoriale: slittamenti e mutazioni”
- 2014 “Segni e mercati” ciclo di conferenze\_ Torino, CIRCE-Università di Torino  
Relazione ‘La circolazione del valore’
- 2014 “Remediation. Figurative and plastic levels under technological assumptions\_ Urbino, Università Carlo Bo/Centro internazionale di Scienze semiotiche- IASV Congress  
Relazione: “I Google Glass tra ipermediazione e rimediazione”
- 2014 “Slow adv”\_Lucca, Convegno Assindustria-Fuorisede  
Relazione: “Ricerca di qualità per un mercato di qualità”
- 2014 “Tra natura e storia”\_ Teramo, XLII Congresso AISS  
Relazione: “Naturalmente”
- 2015 BIENNALE INNOVAZIONE 2015 \_Venezia, Università Cà Foscari  
Relazione: “Scenari socio-economici: Turbulence ”
- 2015 “Nuove forme d’interazione dal web al mobile- Bologna, XLIII Congresso AISS  
Relazione: “Reputazione, popolarità, sentiment. Discorsi sul sesso in rete e problematiche di ricerca integrata”
- :
- 2015 1st International Conference on Anticipation- Università di Trento  
Relazione: “(Socio)-semiotics of anticipation: the contribution to a new anticipatory paradigm”
- 2016 “Perspectives de la sémiotique: histoire, mémoire, nouvel espace public” Parigi, Colloque International (Université de Lille III e Paris III)  
Relazione: “Tendances: le changement et l’anticipation”
- 2016 “Il marchio”\_Modena, Convegno Unione Imprese Storiche Italiane  
Relazione: “Il marchio tra heritage e innovazione”
- 2017 “Greimas aujourd’hui:l’avenir de la structure”, Convegno internazionale AFS\_ Parigi, UNESCO  
Relazione: “L’innovation comme champs sémantique: imaginaire, valorisation, tension”
- 2017 “Modos, modas, maneras”, Facultad de Ciencias Humanas y Sociais \_ Lisbona,  
Relazione per la tavola rotonda finale: “Visione e anticipazione”
- 2018 Palermo, XLVI Convegno Associazione Italiana di Studi Semiotici Forme del gusto. Relazione: “Munchie food, Munchie people. Inversione di un paradigma generazionale”

- 2019 XLVII Convegno Associazione Italiana di Studi Semiotici L'enunciazione e le immagini. Siena,  
Intervento: "Conversazione sull'enunciazione in pubblicità. Con Bruno Bertelli (CEO Publicis Italia e CCD Publicis WW)"
- 2019 Bilbao XVII Congreso Internacional de la AES/AIS; IX Congreso Internacional del Dpto de Comunicacion Audiovisual y Publicidad de la UPV/EHU El otro, el mismo. Figuras y discursos de la alteridad.  
Relazione: "Luce, illusione, veridizione. L'ologramma come effetto di realtà e figura della mutazione."
- 2020 settembre, Convegno internazionale Come cambia il senso del luogo, Dipartimento CORIS, Università La Sapienza, Roma  
Relazione: "Vuoti"
- 2021 4 febbraio, Forum Acta Semiotica (online) ", Rythme, entre schématisation et interaction, PUC-SP: Comunicacao e Semiotica- Centro de pesquisas socio-semioticas  
Intervento: "A partir du dispositif rythmique"
- 2022 31/3-2/4 Intorno a Omar, Convegno intorno agli studi e alla figura di Omar Calabrese, Università di Siena. Intervento: "Ritardare l'anticipazione"
- 2022 30/5- 31/5 Tempo di serie II, Convegno internazionale, Università di Bergamo.  
Intervento: "Significazione, insignificanza, valore seriale"
- 2022 30/8- 3/9 15th World Congress of Semiotics, Università di Salonicco. Intervento: "Fashion and material dematerialization. Insignificance or paradox?"
- 2022 12/9- Seminari di Semiotica/Convegno Il simbolo 3, Università di Urbino\_CISS.  
Intervento: " Dimenticare Chanel. Resistenza e usura del simbolo"
- 2022 1-3/12 Semiotica elementale, 50° Convegno Associazione Italiana studi semiotici, Università di Palermo, relazione: "Materiali immateriali"
- 2023 13-14/4- Coloquio Internacional De Signis 3, Università di Barcellona (UAB).  
Partecipazione alla tavola rotonda: " Volver a la moda...en la Web"
- 2023 19/5 Semiofest, Umberto Eco legacy, Tavola rotonda internazionale (online),  
relazione: "Eco and the two semiotics"

### **C. PARTECIPAZIONE A COMITATI EDITORIALI DI RIVISTE**

- (fino al 2020) Membro del comitato di redazione della rivista Nouveaux Actes Sémiotiques (Francia)
- (dal 2020) Membro del comitato di redazione della rivista Acta Semiotica (Sao Paolo,

BR)

- Membro del counselors advisory committee della rivista Modapalavra Magazine (Brazil)

#### **D. PARTECIPAZIONE ALLE ATTIVITÀ DI UN GRUPPO DI RICERCA**

- Membro dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici
- Membro del Groupe de Recherches Sémio-linguistiques
- Membro dell'Osservatorio #E-Commerce istituito dal Movimento di Difesa del Cittadino
- Membro onorario dell'Osservatorio Unione Imprese Storiche Italiane
- Membro del gruppo di ricerca internazionale FEDROS

#### **E. ESPERIENZE PROFESSIONALI CARATTERIZZATE DA ATTIVITÀ DI RICERCA APPLICATA**

- Dal 1993 giornalista pubblicitaria, ha collaborato dal 1989 al 1999 con Il Sole 24 Ore per tematiche di comunicazione, arte, cultura, costume
- Dal 1996 esperienze di ricerca qualitativa, etnografica e desk in ambito di semiotica applicata con peculiare riferimento alle tendenze di comunicazione e consumo

#### **F. SEMINARI E CONFERENZE**

- 1986 . Università di Bologna, "Il montaggio"
- 1987 . Università di Bologna, "L'attante osservatore"
- . E.N.I., Parigi, "La communication publicitaire audiovisuelle"
- 1988 . Università di Bologna, "Percezione e semiotica"
- . Università di Bilbao, "Lo sguardo della donna nel discorso pubblicitario"
- . Università di Nanterre, "Rythme et contraintes"
  
- 1989 . Università di Nanterre, "Rythme et régulation"
- . C.N.R.S./U.R.L.-7, Parigi, "De la structure conceptuelle rythmique"
  
- 1990 . Università di Bologna, "Linguistica dello slogan"
- . CRA/NIELSEN, Milano, "Semiotica della ricezione"
- . CRA/NIELSEN; Milano, "Analisi dell'immagine"
- 1991 . Fondazione Marzotto, Milano, "Modelli di previsione per il sistema della moda"
- . Institut Français de la Mode, Parigi, "Analyse sémiotique du Shop Design"
  
- 1992 . Seminario del Groupe de Recherches Sémio-linguistiques, Parigi, "Sémiotique des tendances"
- . Università di Bologna, "Analisi di un periodico"
- . Atelier di semiotica visiva, E.H.E.S.S., Parigi, "L'image du corps dans les périodiques santé"
- . Università di San Sebastian, "Analisi semiotica del discorso politico"
- . Institut Français de la Mode, "Analyse sémiotique du Shop Design"
- . I.U.L.M., Milano, "Analisi semiotica di un fumetto"
- 1993 . Institut Français de la Mode, Paris, "Analyse sémiotique du Shop Design"
- . Università di Palermo, "Analisi semiotica del film pubblicitario"

- . Università di Bologna, "Pubblicità e sinestesia" Università di Bologna, seminario su J.Lotman, "Dentro la sfera: prevedibilità e previsione"
- 1995 . Pontificia Universidade Católica di S. Paolo (Brasile). Conferenza: "Moda e semiotica"
- . ISMO (Milano). "La fabbrica dei segni. Lo sguardo passionale del cliente"
- 1996 . Unione Industriali Prato. "Moda consumi e stili di vita".
- San Paolo (Brasile) "A visual trend international system for the youth market"
- 1997 Associazione Marketing Belga (Bruxelles) "Marketing et sémiotique des couleurs"
- 2000 Fundacion de Belas Artes (Madrid) "Moda e tendenza: gestire la contraddizione"

2006 . Facoltà di architettura, Palermo - *"Outdoor advertising e territorio urbano: disegno della città e città disegnata"*

2008 Southeast European Center for Semiotic studies at New Bulgarian University, Sozopol, Bulgaria  
*"New tools for strategic marketing research"* *"Semiotics between consumption and communication"*

2012 Postfeminism?The Culture and Politics of Gender in the Age of Berlusconi\*Postfemminismo?Cultura e politica di genere ai tempi di BerlusconiInternational Symposium- Bologna, 7-9 June; tavola rotonda *"Gendered Identities in Advertising - Identità di genere nella comunicazione pubblicitaria"*

La Limonaia, Castello Pasquini- Castiglioncello LA COMUNICAZIONE: VOLTI E FORME  
*"Pubblicità e cambiamento: le tracce, i segnali, le svolte"*

2013 Salone del Mobile di Milano, 11 Aprile; tavola rotonda convegno Assobagno *"Internazionalizzare il bagno"*, intervento *"Tendenze e comportamenti di consumo in Brasile, Cina, India, Turchia"*

Università di Siena, 12 aprile tavola rotonda all'interno del convegno in collaborazione con Paris VIII *"Figurare l'indistinto"*

Galleria Doria Pamphilj, Roma- 24 aprile; conferenza *"Sguardi impertinenti. Semiotica, arte, testualità"*

SIEP CONSUMO, San Paolo del Brasile, 10-13 giugno , intervento *"Invention et innovation: l'étude des tendances comme moteur sémiotique de l'expérience de marque"*

2018 Università di Siena, 22 novembre tavola rotonda all'interno del workshop *"Transmedia branding"*organizzato dal Master in Comunicazione d'Impresa; intervento *'Transmedia brand fiction. Gli snodi figurativi dello storytelling'*

2019 Università di Roma- La Sapienza, 30 aprile tavola seminario all'interno del corso di Semiotica della città e dei luoghi di consumo *"Transmedia branding"*organizzato dal Laboratorio Romano di Semiotica (LARS)

2020 *"Valori di Cambiamento"*, 21 luglio, tavola rotonda Meet Center/Accenture  
2020-21 Organizzazione del ciclo di conferenze online *Strategia/e*,  
Università di Bergamo

2021 *"A partir du dispositif rythmique"*, 4 febbraio, intervento online all'interno della serie di incontri *'Rythme entre interaction et schématisation'*; Acta Semiotica, Forum du CPS

- 2001      Università LUISS, Roma "Semiotica e marketing politico"
- 2002      SDA BOCCONI, Milano "L'analisi delle tendenze"
- 2003      DOMUS Academy, Milano "Semiotica della moda italiana"  
Università di Bergamo, "Semiotica, marketing,  
comunicazione"
- 2004      SDA BOCCONI, Milano "Semiotica e ricerca di mercato"
- 2006      Mimec BOCCONI, Milano "Perspectives on consumption"  
EHESS, Parigi - seminario Pouvoirs de la publicité  
"Border advertising: communication mutante et visée  
analytique"
- 2021      "La moda tra senso e cambiamento", 17 marzo, dibattito online con  
I.Pezzini, B.Terracciano, E.Grazioli
- 2021-22    Organizzazione del ciclo di conferenze online "Creatività", Università di  
Bergamo
- 2023      Organizzazione del ciclo di conferenze "L'analisi semiotica del testo.  
Immagini, spazi, parole", Università di Bergamo
- 2023      Organizzazione del ciclo di conferenze "L'Altre imprese", Università di  
Bergamo
- 2023      "Il Metaverso e le sue applicazioni", seminario in partenariato con  
Accenture Italia, Università di Bergamo

*Tutto quanto dichiarato in questo curriculum corrisponde a verità ai sensi delle norme in materia di dichiarazioni sostitutive di cui agli artt.46 e seguenti del D.P.R. 445/2000*

