

## Ai fini della pubblicazione

# BIANCA TERRACCIANO

## Curriculum Vitae

### Part I – General Information

Full Name	Bianca Terracciano
Spoken Languages	Italian, English

### Part II – Education

Type	Year	Institution	Notes (Degree, Experience,...)
University graduation	2009	Department of Communication and Social Research (CoRiS)/ Sapienza University of Rome, Italy	Master's degree in business communication
PhD	2013	Università di Bologna, Istituto Italiano di Scienze Umane (now Scuola Normale), Italy	PhD in Semiotics

### Part III – Appointments

#### IIIA – Academic Appointments

Start	End	Institution	Position
2020	2023	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Research Fellow in Semiotics [RTD-A M-FIL/05]
2018	2019	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Post-doc Researcher in Semiotics
2018	2019	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Post-doc Researcher in Semiotics
2009	2017	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Teaching Assistant (TA)

2015	2019	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Under-Graduate and Graduate Student Advisor
------	------	---	---

### IIIB – Other Appointments

Start	End	Institution	Position
2018	ongoing	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Coordinator of Research Unit “Urban Space, Creativity and Media”, PI Prof. Isabella Pezzini, CoRiS - Sapienza University, Italy.
2022	ongoing	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Member of Internationalization commission

### Part IV – Teaching experience

Year	Institution	Lecture/Course
2019-ongoing	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Semiotic Sciences of text and languages
2022-ongoing	Department of Communication and Social Research (CoRiS), Faculty of Politic Sciences, Sociology and Communication/ Sapienza University of Rome, Italy	Langue, Language, and Gender
2020-2022	Department of History Anthropology Religions Art History, Media and Performing Arts (SARAS)/ Sapienza University of Rome, Italy	Semiotics of Fashion
2019-2021	Faculty of Communication Sciences/ Department of Humanistic Sciences of Communication and Tourism/ Tuscia University/Italy	Social Journalism e Digital Media Management
2016-2020	Faculty of Communication Sciences/ Department of Humanistic Sciences of Communication and Tourism/ Tuscia University/Italy	Digital Cultures and Social Media

### Part V - Society memberships, Awards and Honors

Year Title

2018-ongoing	FEDROS-Federazione Romanza di Semiotica
2010-ongoing	AISS-Associazione Italiana di studi semiotici
2014 - ongoing	LARS-Laboratorio Romano di Semiotica
2019 - ongoing	SFL-Società di Filosofia del linguaggio

### Part VI - Funding Information [grants as PI-principal investigator or I-investigator]

Year	Title	Program	Grant value
2022-2026	The short forms of extended writing: maps and models for communication and teaching in the future. PI Isabella Pezzini.	Sapienza Research Calls	12.000
2019-2023	Post-Truth and communication. The role of emotions in the adherence to uncontrolled beliefs and their dissemination. PI Isabella Pezzini	Sapienza Research Calls	10.000
2022-2024	Multicultural trends in Seoul: practices, spaces, influence. PI Antonetta Bruno	Framework and Cultural & Scientific Collaboration Agreements Sapienza	5000
2021-2023	The suspended metropolis. The impact of the pandemic on urban life between Rome and São Paulo. PI Isabella Pezzini	Framework and Cultural & Scientific Collaboration Agreements Sapienza	5000
2023-2027	Landscapes of Rome for the 21st century. An Atlas for sustainable transformations. PI Fabio Di Carlo.	Sapienza Research Calls	45.000
2019-2023	PAGES, – PAGES- Post-Crisis Journalism in Post-Crisis Libya: A Bottom-up Approach to the Development of a Cross-Media Journalism Master Program, PI Andrea Miconi (IULM)	Erasmus+ Programme	890.892,00
2021-2023	Professionalization of Teachers using Digital Technology to Support Autonomy and Citizenship (PENSA) PI Sapienza Pierluigi Cervelli	Erasmus+ Strategic Partnership	286.671,00

### Part VII – Research Activities

Keywords	Brief Description
Discourse theory and analysis	Since the beginning of my studies, I have been interested in how discourse theory can be applied to the analysis of textual data to highlight their construction processes, drawing connections between the complexity of texts and their cultural factors, or systemic variants, that contribute to that

complexity. To be understood, each text requires the translation of the language of the “I” that produces the “you” that receives. In that case, there is a risk of losing the will of the enunciator, especially in the chains of content sharing, where replicating the discursive models is imperative. The original wanting, the authoritative and intentional instance, survives as a semantic node endowed with semiotic and structural properties of the “individualities” that develop when inserted into a system of relationships. Because this method aids in understanding the representation of subjectivities, their intentionality, and intersubjective relations, I found it most helpful in social media observation, gender analysis, and fashion research.

Narrativity theory and analysis	Narrativity and theory analysis help to investigate several different discursive phenomena within which formal invariants are traced. These invariants help describe the deep structure of any cultural phenomenon, and in a perspective of analysis of media content as an efficient tool for promoting cultural values, narrativity is a valuable and relevant theoretical concept. Narrativity does not go toward functional but points to the mundane, practices, and life experiences. For example, applying narrativity theory to Hallyu and specifically to k-dramas, it is evident that the structure of narrations of Korean culture is necessary for conveying signifieds and creating meaning in the encounter with alterity. I use narrativity theory to study the semantics of the passionate dimension in discourse, where emotions are constructed and considered an effect of meaning inscribed and encoded in language. The latter helps to shape the emotional imagery through the cultural configurations it deposits in discourse, derived from having to be in a specific society.
Gender analysis in discourses and texts	As our understanding of gender and representation evolves, evaluating the semiotic elements of its representations in dominant narratives is vital. Gender is portrayed in various languages, like verbal, visual, and clothing. These elements can be used to taxonomize representations of gender in any textual universe and develop a cross-cultural model of symbolic activity articulating forms of gender identification.
Hallyu and K-Culture	Hallyu is an example of successful communication of cultural heritage because it emotionally engages the audience while enabling Korean culture to acquire an extraordinary abundance, as Lotman would say. Tradition and culture, already attested and textualized, are multiplied in new cultural and media content, which transmit, increase collective consciousness, and produce information. Hallyu is an agglomeration of forms of expression and narration that sets a pattern of cultural promotion.
Social Media	Since my Master’s degree graduation in February 2009, I have been aware of social media’s communicative and commercial potential, so much so that I am among the first people in Europe to discuss a thesis on Facebook. Then I decided to continue working on social media more extensively and focus on the fashion system for my Ph.D. I can confidently say that I was one of the first to create a method of qualitative analysis of social media content. Furthermore, I was an innovator in creating social media accounts related to academic and semiotic activities, such as the Association of Semiotic Studies Facebook page. The innovativeness of my social media research has been well received in the media, as national radio stations and newspapers have often interviewed me on social, fashion, and political issues, including

	<p>“MELOG - Il piacere del dubbio” Radio 24, D- la Repubblica, La Stampa, Rai Radio 1. I developed a proprietary methodology of analysis of social media texts called “semiotics” (my neologism), which can be imagined as an infinite chain composed of adaptable links capable of networking and strengthening with other scientific disciplines. The starting point of the semiotics method is the generative trajectory of meaning theorized by Greimas, chosen for its usefulness in selecting figures and topics through which values and semantic categories manifest themselves in discourse. The generative trajectory of meaning is a vast translation procedure, from the simplest to the most complex, from the abstract to the most figurative. Greimasian semiotics offers tools to analyze the construction of emotion and the effects of meaning in various types of text, verbal, visual, and syncretic. The semiotics method combines the semiotics of texts with other approaches like Eco’s theories on overinterpretation and misinterpretation or Lotman’s semiotics of culture.</p>
Metaverse	<p>Metaverse evokes a second spatiality, first virtual, then actualized as the only way to adhere to a value system in a consumption scenario where goods are increasingly rare and limited editions. The metaverse provides no longer a playful aesthetic experience but a glorifying trial in which status recognition is at stake. Following instructions also means adhering to the imposed corporeality to maintain a “reputation,” representing oneself intersubjectively. For example, not being able to obtain an expensive NFT excludes one from a cultural niche, a form of life, or a way of telling a story. If the nature of the experience is not substantial, it cannot even be called imaginary because it is experienced as a pleasure that finds its expression in the process of search and choice. The mere visual contact with the good, placed in a digital public context, actualizes the desire for consumption. Thus, aesthetic satisfaction and self-esteem could replace the deprivation of material substance in the metaverse. So, it is necessary to explore the metaverse as a form of hybridization of various dimensions regarding the experience of reality and intersubjectivity.</p>
Fashion	<p>The current fashion system has undergone radical changes caused by fashion e-commerce and social networks, which have also influenced the enunciative style of the fashion press. Prominently, visual or audiovisual texts embed the invariants of the fashion system, representing it in a way accessible to everyone. The signification of the fashion body occurs in the redundant sharing of its images on social networks, guaranteeing the effectiveness of the content and the perpetuation of a new type of fashion discourse. My research focuses on fashion short forms on social media, fashion stores, dress codes, subjectivities, and forms of life.</p>
Karate and Soccer	<p>Karate and soccer are a cultural universal, where intentionality is deduced and reconstructed based on rules, idealizations, passions, interests, and purposes. Participating in these activities involves intersubjectivity, a semiotic frame of construction and sharing of meaning where habits, intentions, and points of view are embodied and sedimented. In addition, the various cultures involved are geographically distant semiospheres but united by karate and soccer, where the rule of interpreting tradition is embodied in the body itself.</p>
Tourism and Urban Semiotics	<p>The genius loci of a city affects consuming habits regulating the utilization of its spaces. Online commerce and glocalized customer demands have</p>

	driven the most rapid alterations in consumption spaces. Physical places must offer rare or unique products and experiences to keep up with Social Media and Metaverse trends, but they also have to “vibe” with the city’s visual image and its styles. The city generates an atmosphere for cultural and product consumption practices providing new and richer meaning for the relationship between spaces and customers. So, spaces and consumption are influenced by sociocultural characteristics that build their material and immaterial value.
Politics	Topics of politics are linked by emotional ties, which oscillate between euphoria and dysphoria, designed to trigger in public an emotional involvement aimed at the primary needs and at the exaltation of the evocative power of the belonging culture, whose stereotyped representation educates the expression of the value judgments oriented by sovereignty and populism.
Conspiracy theories	Semiotic research has fully demonstrated that truth is an effect of meaning, the outcome of a series of text construction that constitute its relevance and credibility. In that case, it is, therefore, necessary to analyze the narrative mechanisms to trace its profound articulation. I hypothesized that all conspiracy theories have dominating isotopies and images-symbols regardless of ideology or context. As a result, a common denominator might be discovered in figurative reasoning, which means using the same representations to explain current events to detect an ideal center of the semantic universe of conspiracy where the diverse conspiracist fringes converge. In the realm of conspiracy theories, it can be identified four distinct forms of visual and audiovisual representations: (a) image-articles, (b) image-symbols (figures, cartoons, emoji, thematic roles), (c) visual tropes, and (d) image-frames.

### Part VIII – Summary of Scientific Achievements

Product type	Number	Data Base	Start	End
Papers [international]	10	IrisUniroma1 – LoginMiur Cineca	2013	2023
Papers [national]	36	IrisUniroma1 – LoginMiur Cineca	2010	2023
Books [scientific]	4	IrisUniroma1 – LoginMiur Cineca	2016	2022
Books [edited]	5	IrisUniroma1 – LoginMiur Cineca	2012	2020

## Part IX– Selected Publications

List of the publications selected for the evaluation.

### Books

1. Terracciano, B., 2019, *Il discorso di moda. Le riviste femminili dal 1960*, Roma, Nuova Cultura.

### Chapters in books

2. Terracciano, B., 2020, “Il destino (o gli affetti di un luogo)”, in I. Pezzini, L. Virgolin, a cura, *Usi e Piaceri del Turismo*, Roma, Aracne, ISBN 978-88-255-3154-1, pp. 191-207.
3. Terracciano, B., 2020, “Per una tipologia dei luoghi del consumo nell’era dell’e-commerce: Rinascente/Tritone a Roma”, in Pezzini, I., Terracciano, B., a cura, *La moda fra senso e cambiamento. Teorie, oggetti, spazi*, Milano, Meltemi - ISBN:9788855193436, pp. 223-249.
4. Terracciano, B., 2020, “La casa del Grande Fratello”, in L. Minestrone, a cura, *Restare a casa. Narrazioni della domesticità e nuove forme comunicative dell’abitare*, Milano, FrancoAngeli - ISBN:9788835107910, pp.175-197.
5. Terracciano, B., 2022, “Dare forma al corpo: misure e taglie nel sistema della moda”, in T. Migliore, M. Colas-Blaise, a cura., *Semiotica del formato. Misure, peso, volume, proporzioni, scala*, Milano, Mimesis, pp. 133-152.
6. Terracciano, B., 2022, “Semiotica della moda”, in G. Marrone, T. Migliore, a cura, *Cura del senso e critica sociale. Ricognizione della semiotica italiana*, Milano, Mimesis, pp. 305-334.

### Articles in reviews and journals

7. Terracciano, B., 2019, “Fighting without an Opponent: An Analysis of Intentionality in Shotokan kata”, in M. Leone, J. Zhang, *Intenzionalità/Intentionality*, «Lexia», nn-29-30, pp. 131-141.
8. Terracciano, B., 2019, “Il sovranismo è servito: la retorica salviniana del buono made in Italy”, in A. Giannitrapani e I. Ventura, a cura, “Politiche della cucina. Discorsi, conflitti, culture”, «E/C», 27. ISSN (on-line): 1970-7452
9. Terracciano, B., 2019, “Il linguaggio della paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini / The language of fear: Matteo Salvini's social media strategy”, in G. Marrone, a cura, *Languages of politics/ Politics of languages*, «Rivista Italiana di Filosofia del linguaggio», vol. 13. N. 2, ISSN 2036-6728.
10. Terracciano, B., 2020, “In-corporare la forma di vita. L’esemplarità del Karate-do”, in «Versus», 130, 1/2020, 161-176, ISSN 0393-8255.
11. Terracciano, B., 2020, “Moda en Instagram: historias y discursos”, «De signis», n. 32, ISSN 1576-4223.
12. Terracciano, B., 2021, “La moda racconta il suo futuro nelle forme brevi digitali”, in A. Giannitrapani, A.M. Lorusso, a cura, *Futuro Passato*, «E|C», (32), 125-137.

## Part X – LIST OF RESEARCH PRODUCTS

### Books

- 2016 1. Terracciano, B., 2016, *Mitologie dell'intimo*, Milano, Doppiozero.
- 2017 2. Terracciano, B., 2017, *Social Moda. Nel segno di influenze, pratiche, discorsi*, Milano, FrancoAngeli.
- 2019 3. Terracciano, B., 2019, *Il discorso di moda. Le riviste femminili dal 1960*, Roma, Nuova Cultura.
- 2022 4. Fiorentino, G., Terracciano, B., 2022, *La mascherina è il messaggio. Le relazioni sociali al tempo del Covid-19*, Milano, FrancoAngeli.

### Edited Books

- 2012 5. Mangano, D., Terracciano, B., 2012, *Passioni collettive. Cultura, politica e società*, «E/C», nn. 11/12, Roma, Nuova Cultura.
- 2013 6. Mangano, D., Terracciano, B., 2013, *Il senso delle soggettività. Ricerche semiotiche*, «E/C», nn. 15/16, Roma, Nuova Cultura.
- 2015 7. Mangano, D., Terracciano, B., 2015, *Arti del vivere e semiotica. Tendenze, gusti, estetiche del quotidiano*, «E/C», nn.18-19, Roma, Nuova Cultura.
- 2017 8. Terracciano, B., 2017, *Geoaffetti. Narrare la nostra terra*, Sorrento, CMEA.
- 2020 9. Pezzini, I., Terracciano, B., a cura, 2020, *La moda fra senso e cambiamento. Teorie, oggetti, spazi*, Milano, Meltemi - ISBN:9788855193436.

### Book Chapters

- 2010 10. Terracciano, B., 2010, “Il tifo: ossessione o passione? Una febbre a 90”, in P. Cervelli, F. Sedda, L. Romei, a cura, *Mitologie dello sport. 40 saggi brevi*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, pp. 313-324.
- 2014 11. Terracciano, B., 2014, “L’intercorporeità mediale condivisa: il Sistema della Moda, i social network e il fashion e-commerce”, I. Pezzini, L. Spaziantè, a cura, *Corpi Mediali*, Pisa, ETS, pp. 107-127.
12. Terracciano, B., 2014, “L’identità visiva di Sorrento Coast nelle reti del social travelling”, in G. Fiorentino, a cura, *Il destino del luogo. Sorrento, turismo, cultura, immaginario*, Sorrento, CMEA, pp. 67-85.
- 2015 13. Terracciano, B., 2015, “La bellezza autentica: natura animale e sociale”, in G. Ferraro, A. Giannitrapani, G. Marrone, S. Traini, a cura, *Dire la Natura. Ambiente e significazione*, Roma, Aracne, pp. 367-375.
- 2016 14. Bonafede, F., Terracciano, B., 2016, “Il tifo come pratica di riscrittura della città”, in I. Pezzini, a cura, *Roma in divenire tra identità e conflitti*, Roma, Nuova Cultura, pp. 242-266.
15. Terracciano, B., 2016, “Il tridente della moda tra fast fashion e haute couture”, in I. Pezzini, a cura, *Roma in divenire tra identità e conflitti*, Roma, Nuova Cultura, pp. 269-310.
- 2017 16. Terracciano, B., 2017, “I Love Google Shopping: liste, tassonomie e previsioni dei consumi online”, in V. Del Marco, I. Pezzini, a cura, *Nella rete di Google. Pratiche, strategie e dispositivi del motore di ricerca che ha cambiato la nostra vita*, Milano, FrancoAngeli, pp. 133-152.
17. Terracciano, B., 2017, “Anime Animalier”, in G. Marrone, a cura, *Zoosemiotica 2.0. Forme e politiche dell'animalità*, Palermo, edizioni Museo Pasqualino, pp. 595-608.
18. Terracciano, B., 2017, “The Contemporary Fashion System” in G. Motta, A. Biagini, a cura, *Fashion through History, Costumes, Symbols, Communication* (Volume I), Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars, pp. 399-407.
19. Terracciano, B., 2017, “Animalier, animismo e costumi folclorici”, in N.G. Pardo Abril, L.E. Ospina Raigosa, a cura, *Miradas, lenguajes y perspectivas*



- semióticas. Aportes desde América Latina*, Bogotá, Instituto Caro y Cuervo, pp. 604-614.
20. Terracciano, B., 2017, “Narrare la nostra terra: percorsi passionali e di senso”, in B. Terracciano, a cura, 2017, *Geoaffetti. Narrare la nostra terra*, Sorrento, CMEA, pp. 11-16.
21. Terracciano, B., 2017, “Quando la terra trema. Domande ad Antonello Caporale”, in B. Terracciano, a cura, 2017, *Geoaffetti. Narrare la nostra terra*, Sorrento, CMEA, pp. 17-23.
22. Terracciano, B., 2017, “Assaporare la terra. Colloquio con Giuseppe Aversa”, in B. Terracciano, a cura, 2017, *Geoaffetti. Narrare la nostra terra*, Sorrento, CMEA.
- 2018 23. Terracciano, B., 2018, “One More Light: immagini del lutto sui social media”, in G. Fiorentino, C. Moroni, a cura, *Immagini dello spazio pubblico, immagini nello spazio pubblico*, Viterbo, Sette città, pp. 81-98.
24. Terracciano, B., 2018, “Note sulla lettura del cloud salviniiano”, in A. Caporale, *Il ministro della paura*, Roma, PaperFIRST, pp. 131-135.
- 2019 25. Terracciano, B., 2019, “CinecittàDue: città nella città”, in I. Pezzini, R. Bertolotti, *Viale Togliatti a Roma: una strada in cerca d'autore. Un'inchiesta semiotica tra paesaggio, pratiche e rappresentazioni*, Bologna, Esculapio, pp. 83-90.
26. Andò, R., Corsini, F., Terracciano, B., Rossi, G., 2019, “Understanding Fashion Consumption in the Networked Society: A Multidisciplinary Approach”, in N. Kalbaska, T. Sádaba, F. Cominelli, L. Cantoni, a cura, *Fashion Communication in the Digital Age. FACTUM 19 Fashion Communication Conference*, Springer.
- 2020 27. Terracciano, B., 2020, “Il destino (o gli affetti di un luogo)”, in I. Pezzini, L. Virgolin, a cura, *Usi e Piaceri del Turismo*, Roma, Aracne, ISBN 978-88-255-3154-1.
28. Terracciano, B., 2020, “La semiotica della moda. Un discorso sul metodo tra passato, presente, futuro” in Pezzini, I., Terracciano, B., a cura, *La moda fra senso e cambiamento. Teorie, oggetti, spazi*, Milano, Meltemi - ISBN:9788855193436, pp. 7-25.
29. Terracciano, B., 2020, “Per una tipologia dei luoghi del consumo nell’era dell’e-commerce: Rinascente/Tritone a Roma”, in Pezzini, I., Terracciano, B., a cura, *La moda fra senso e cambiamento. Teorie, oggetti, spazi*, Milano, Meltemi - ISBN:9788855193436, pp. 223-249.
30. Terracciano, B., 2020, “La casa del Grande Fratello”, in L. Minestrone, a cura, *Restare a casa. Narrazioni della domesticità e nuove forme comunicative dell’abitare*, Milano, FrancoAngeli - ISBN:9788835107910, pp.175-197.
- 2021 31. Terracciano, B., 2021, “Corpo e moda. Quale corpo la Moda deve significare?”, in C. Moroni, A. Sterpa, a cura, *Corpo e società. Trasformazioni del convivere*, Napoli, Editoriale Scientifica, pp.167-178, - ISBN:979-12-5976-083-8.
- 2022 32. Terracciano, B., 2022, “Dare forma al corpo: misure e taglie nel sistema della moda”, in T. Migliore, M. Colas-Blaise, a cura., *Semiotica del formato. Misure, peso, volume, proporzioni, scala*, Milano, Mimesis, pp. 133-152.
33. Terracciano, B., 2022, “Semiotica della moda”, in G. Marrone, T. Migliore, a cura, *Cura del senso e critica sociale. Ricognizione della semiotica italiana*, Milano, Mimesis, pp. 305-334.
- 2023 34. Terracciano, B., 2023, “Felpa”, in D. Bennato, M. Farci, G., a cura, *Dizionario mediologico della guerra in Ucraina*, Milano, Guerini, pp. 73-79.
- Articles in scientific journals/reviews**
- 2011 35. Terracciano, B., 2011, “Still life tra arte, consumo e consunzione”, in M.C.

- Brucculeri, D. Mangano, I. Ventura, a cura, *La fotografia. Oggetto teorico e pratica sociale*, «E/C», 7/8, pp. 36-42.
- 2012 36. Terracciano, B., 2012, “Su una vecchia terrazza davanti al golfo di Surriento!. Panorami patemici incisi nella memoria del genius loci”, in D. Mangano, B. Terracciano, a cura, *Passioni collettive. Cultura, politica e società*, «E/C», nn. 11/12, Roma, Nuova Cultura, pp. 219-222.
- 2013 37. Terracciano, B., 2013, “O discurso da moda nas redes sociais”, «dObra[s]»; Vol. 6, N. 14, Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda, pp. 117-128.
- 2015 38. Marino, G., Terracciano, B., 2015, “La grande bellezza italiana: percezioni e rappresentazioni sui social network”, in AA. VV., *Storytelling Europe*, «ICS Magbook» n. 1, Bologna, Fausto Lupetti Editore, pp. 132-165.
39. Terracciano, B., 2015, “La culturalizzazione del crudo. Il caso Ciao, sono Hiro”, «Scenari», #02 (quadrimestrale), January-April, Milano, Mimesis, pp. 90-98.
- 2018 40. Terracciano, B., 2018, “L’addomesticamento del selvatico nell’universo social: procioni e volpi come pet”, in F. Mangiapane, a cura, *Cuccioli, pets e altre carinerie*, «E/C», n. 22.
41. Terracciano, B., 2018, “Social Moda: esercizi di metodo”, in G. Bassano, P. Polidoro, a cura, *Il metodo semiotico. Questioni aperte e punti fermi*, «E/C», n. 25. ISSN (on-line): 1970-7452
42. Pezzini, I., Terracciano, B., 2018, “The Pope-celebrity and the role of the cinema”, in R. Andò, L. Gemini, A. Mascio, F. Pasquali, S. Pesce, *Desecrating Celebrity. Italian Cases in Cinema, TV Series, Music and Social Media*, «Mediascapes Journal» 11, pp. 43-55 ISSN: 2282-2542
- 2019 43. Terracciano, B., 2019, “Fighting without an Opponent: An Analysis of Intentionality in Shotokan kata”, in M. Leone, J. Zhang, *Intenzionalità/Intentionality*, «Lexia», nn-29-30, pp. 131-141.
44. Terracciano, B., 2019, “Il sovranismo è servito: la retorica salviniana del buono made in Italy”, in A. Giannitrapani e I. Ventura, a cura, “Politiche della cucina. Discorsi, conflitti, culture”, E/C, 27. ISSN (on-line): 1970-7452
45. Terracciano, B., 2019, “Immagini dell’hype: il caso streetwear”, in G. Fiorentino, C. Moroni, R. Valtorta, *La fotografia social. Teorie, pratiche, estetiche ed esperienze dell’immagine digitale*, «Mediascapes Journal», 12, ISSN: 2282-2542
46. Terracciano, B., 2019, “Il linguaggio della paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini / The language of fear: Matteo Salvini’s social media strategy”, in G. Marrone, a cura, *Languages of politics/ Politics of languages*, «Rivista Italiana di Filosofia del linguaggio», vol. 13. N. 2, ISSN 2036-6728.
- 2020 47. Terracciano, B., 2020, “In-corporare la forma di vita. L’esemplarità del Karate-do”, in «Versus», 130, 1/2020, 161-176, ISSN 0393-8255.
48. Terracciano, B., 2020, “Moda en Instagram: historias y discursos”, «De signis», n. 32, ISSN 1576-4223.
- 2021 49. Terracciano, B., 2021, “Incarnare una cultura per tradurla e innovarla: i BTS tra identità e alterità”, in DOBRAS. - ISSN 1982-0313. - :31(2021), pp. 303-328.
50. Terracciano, B., 2021, “La moda racconta il suo futuro nelle forme brevi digitali”, in A. Giannitrapani, A.M. Lorusso, a cura, *Futuro Passato*, E|C, (32), 125-137.
- 2022 51. Pezzini, I., Terracciano, B., 2022, “Negationist rhetoric and post-truth figures. Transversal research in social media in the COVID-19”, in *Estudos Semióticos – ISSN 1980-4016*. [10.11606/issn.1980-4016.esse.2022.194839].
- 2023 52. Terracciano, B., 2023, “The Meaning of the Game: A Semiotic Analysis of Squid Game”, in Hangukhak Charyo, pp. 23-47. [10.53136/97912218045153].
53. Terracciano, B., 2023, “Quando il monumento si antropomorfizza: la Corea del Sud narrata dai BTS”, In: E/C. – ISSN 1973-2716, pp. 84-96.

54. Terracciano, B., 2023, "Accessing to a "Truer Truth": Conspiracy and Figurative Reasoning from Covid-19 to the Russia–Ukraine War", in *Media and Communication* (11), ISSN 2183-2439, pp. 64-75. [10.17645/mac.v11i2.6396].
55. Terracciano, B., 2023, "Icône in maschera: La straordinarietà femminile negli universi finzionali: a partire da Eva Kant". *Mediascapes Journal*, 21(1), 78–88. Recuperato da <https://rosa.uniroma1.it/rosa03/mediascapes/article/view/18415>

## Part XI – Relevant Activities

- *In 2021 I obtained the National Scientific Habilitation as Associate Professor in the s.s.d. M-FIL/05.*

- **CONFERENCES AND SEMINARS**

### International

1. "Videogames between Narration and Interactivity. A case of study: Fatal Frame", Digital Game Research Association International Conference, *Digra 2007 Situated play*, The University of Tokyo, Hongo Campus, 28 September 2007.
2. "The body of Fashion System" al Convegno Internazionale *Fashion Tales 2012*, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, 7 June 2012.
3. "Bodies and clothes genres: una mappa delle configurazioni discorsive di genere", Conferenza *POSTFEMINISM? The Culture and Politics of Gender in the Age of Berlusconi*, Università di Bologna, 9 June 2012.
4. "Fashion And Body On Web: The Asos Case Study", *CIMODE 2012 – I° Congresso Internacional de Moda e Design*, Universidade do Minho, Guimarães, Portugal, 5 November 2012.
5. "Il Tridente della moda di Roma tra fast fashion e haute couture" – with Rosa Maria Cortese –, Convegno internazionale *Pratiche di vita e produzione di senso nelle metropoli di São Paulo e Roma*, Auditorium dell'Ambasciata del Brasile, Roma, 21 May 2013.
6. "Il tifo come pratica di riscrittura della città" – with Federico Bonafede –, Convegno internazionale *Pratiche di vita e produzione di senso nelle metropoli di São Paulo e Roma*, Auditorium dell'Ambasciata del Brasile, Roma, 21 May 2013.
7. "Body, Discourse and Practices in the Fashion e-commerce", *CIMODE 2014 – II° Congresso Internacional de Moda e Design*, Politecnico di Milano, 6 November 2014.
8. "Il sistema della moda contemporaneo", Conferenza Internazionale *Fashion Through History. Costumes, Symbols, Communication*, Sapienza Università di Roma, 21 May 2015.
9. "Anime animalier" – con Isabella Pezzini –, Convegno internazionale *Zoosemiotica, forme e politiche dell'animalità*, Palermo, 1 December 2016.
10. "Moda e identidad femenina", VIII Congreso Latinoamericano de semiótica *Materialidades, discursividades y culturas. Los retos de la semiótica Latinoamericana*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 29 September 2017.
11. "Il multiculturalismo è di moda: il caso Havaianas", I Congresso Ibérico de Semiótica *Modos, modas, maneiras*, FCSH-UNL Lisbon, 23-25 November 2017.
12. "Tutti alle Hawaii in infradito. L'interculturalità come fonte di innovazione", Conferenza *The power of fashion, cultural history, communication*, Sapienza Università di Roma, 22 May 2018.
13. "The Pope-cebrity and the role of cinema" – con Isabella Pezzini –, 4th Celebrity Studies Journal Conference *Desecrating Celebrity*, Sapienza Università di Roma, 26 June 2018.
14. "Que corpo deve significar a vestimenta da Moda?", 16° Colóquio de Moda ABEPEN, Zoom, 10 September 2021.
15. "The meaning of game. A semiotic analysis of Squid Game" - International Conference "Squid Game and the key factors of Hallyu: dissecting the socio-cultural impact of K-Dramas in Italy", Dipartimento Istituto Italiano di Studi Orientali (ISO), Sapienza Università di Roma, 20 April 2022.
16. "Teorie e software per l'emancipazione conoscitiva dei cittadini: comprendere e sottoporre a critica teorie del complotto, post-verità, fake news", "Erasmus+ PENSA : formazione docenti", 27 June 2022.

17. "Mikrokosmos of Meaning: BTS Power of Narration", with Marianna Baroli e Mariella Baroli, BTS: The Third BTS Interdisciplinary Conference, Hankuk University of Foreign Studies, Semiosis Research Center, Seoul, 12 July 2022.
18. "Ideal fashion bodies in music: forms of life formats and shapes", IASS-AIS 15th World Congress, University of Macedonia, Thessaloniki, 31 August 2022.
19. "Communicating the cultural heritage: the Hallyu as a translation activator", IASS-AIS 15th World Congress, University of Macedonia, Thessaloniki, 2 September 2022.
20. "Icane in maschera", Convegno internazionale "Doppia icona criminale – Diabolik & Eva Kant nell'immaginario Collettivo (1962-2022)", Università degli studi di Napoli Federico II, 12 December 2022.
21. "Las formas breves de la moda", Mesa Redonda Volver a la Moda... en la Web. deSignis 32, XVIII Coloquio Internacional deSignis "Jueves, Circulaciones del sentido", Sala de Grados. Facultad de Ciencias de la Comunicación UAB, Barcelona, 13 April 2023.

## National

1. "L'intercorporeità mediale condivisa: il Sistema della Moda e i social Network", XLI Congresso Annuale dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici *Arti del vivere e Semiotica*, Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, Università di Bologna - Rimini, 5 October 2013.
2. "La grande bellezza italiana. percezioni e rappresentazioni sui social" – con Gabriele Marino –, XLII Congresso Annuale dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici *Tra natura e storia. Naturalismi e costruzioni del reale*, Università degli Studi di Teramo, 24 October 2014.
3. "La bellezza autentica. Natura animale e sociale", XLII Congresso Annuale dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici *Tra natura e storia. Naturalismi e costruzioni del reale*, Università degli Studi di Teramo, 25 October 2014.
4. "La grande bellezza italiana secondo gli italiani: percezioni e rappresentazioni sui social", ICS Rome 2014, *Cultura per costruire Europa. Storytelling: dal Vecchio Continente al Mediterraneo*, Roma, Confindustria, 19 November 2014.
5. "La moltiplicazione della visione e l'esperienza corporea in FanFootage. I Linkin Park come caso di studio", Convegno interdisciplinare *Tecnica, multimedialità e nuove forme di narrazione*, Sapienza Università di Roma, Accademia Belgica, Roma 28 May 2015.
6. "Costruire una videopedia attraverso frame di esperienza. Il progetto Wonder", Convegno interdisciplinare *Forme di vita, utopie, tecnologia. Percorsi di senso tra estetica e semiotica*, Sapienza Università di Roma, 5 December 2015.
7. "Genius Loci Esquilino: Showcooking di Hirohiko Shoda. Un seminario semio-gastronomico", 14 April 2016, Sapienza Università di Roma.
8. "Social moda: esercizi di metodo", XLV Congresso AISS *Il metodo semiotico*, Università di Cassino, 6 October 2017.
9. "Il destino (o gli affetti) di un luogo", Convegno *Usi turistici dei piaceri*, Centro Internazionale di Scienze Semiotiche "Umberto Eco", Università di Urbino Carlo Bo, 11 September 2018.
10. "Immagini dell'hype", Convegno Sisf *La fotografia social*, Università degli Studi della Tuscia, 22 September 2018.
11. "Il sovranismo è servito: la retorica salviniana del buono made in Italy", XLVI Congresso AISS *Politiche del gusto, mondi comuni fra sensibilità estetiche e tendenze alimentari*, Museo internazionale delle marionette, Palermo, 1° December 2018.
12. "Disgusto, odio e paura: la strategia social mediale di Matteo Salvini", XXV Convegno nazionale della Società di Filosofia del Linguaggio *Linguaggio e emozioni*, Università degli Studi di Cagliari, 23 January 2019.
13. "Moda seriale: Roma", IX Congresso AISU - Associazione Italiana di Storia Urbana, *La città globale. La condizione urbana come fenomeno pervasivo*, Università di Bologna, 14 settembre 2019.
14. "Il virus come nemico invisibile: un'analisi semiotica", Seminario *Emergenza Coronavirus*, Coris - Sapienza Università di Roma, 14 May 2020.
15. "Intrecci di voci: lo stato dell'arte dei dottorati e delle collaborazioni internazionali", con Christian Ruggiero, Convegno Internazionale *Come cambia il senso del Luogo: spazi urbani e ambienti mediali*, Coris - Sapienza Università di Roma, Dottorato in Comunicazione, Ricerca Sociale, Marketing, in collaborazione con Fedros - Federazione Romanza di Semiotica, 24-26 September 2020.

16. “Quale futuro per la moda?”, XLVIII convegno AISS *Futuro Passato*, Google Meet, 24 October 2020.
17. “Quando il monumento si antropomorfizza: la Corea del Sud narrata dai BTS”, XLIX Congresso AISS 2021, *Semiotica del turismo*, IULM Milano, 1 October 2021.
18. Felpa”, Dizionario mediologico della guerra in Ucraina, II – Lezione Collettiva, Università degli Studi di Urbino, 18 January 2022.
19. “Mappe emotive: la Roma di Zerocalcare”, Primo Convegno della Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione, Sapienza Università di Roma “Voci e sguardi sulla città. Interpretazioni a confronto”, 27 January 2022.
20. “Mappe emotive: la Roma di Zerocalcare”, Convegno “Facoltà di espressione”, 10 June 2022, Centro Congressi di Ateneo, via Salaria 113, Roma, Sapienza Università di Roma.
21. “Paolo Fabbri sul corpo moda ideale” - Conference “Tanto di Cappello”, Fondazione Sardegna, Cagliari, 18 February 2022.
22. “Modelli ibridi, unici e collezionabili: per un'estetica del metaverso”, seminar “La società dei nuovi ibridi”, Università degli studi di Urbino, 16 September 2022.
23. “Il Material Engagement nella moda”, L Congresso AISS 2022 *Semiotica elementale*, Museo internazionale delle Marionette Antonio Pasqualino, Palermo, 1 December 2022.

- **INVITED LECTURES**

1. 26/09/2017 “Moda Social: historias, imagen, video y influencias”, Escuela Arturo Tejada Cano, Bogotá (invited by the School board).
2. 02/02/2019 “A change in Visual Communication of Fashion. Images, Filters, Stories on Instagram”, University of Bologna (invited by Prof. Pozzato).
3. 10/05/2021 “Cranes, swallows and fortresses: karate as a form of culture and life”, University of Salerno (invited by Prof. Amendola).
4. 10/12/2021 “Shapes, Sizes and Formats in the fashion body”, University of Bologna (invited by prof. Spaziante).
5. 18/03/2022 “South Korean Hallyu as a trend: a case history” University of Bergamo (invited by prof. Ceriani).
6. 14/09/2022 “Communicating the cultural heritage: Hallyu as a translation activator from semiotic perspective”, Semiosis Research Center, 2022 SRC Invited Lecture Series, Hankuk University of Foreign Studies, Seoul, 14 settembre 2022.
7. 12/05/2023, “Speaking The Difference: Between the Philosophy of Language and Semiotics”, with Fabrizia Giuliani, The UC Davis MIND Institute California.
8. 21/06/2022, “Multicultural Trends & the City: practices, spaces, influences”, Seoul National University (invited by prof. Jisoo Ha).

- **ORGANISATION OF SCIENTIFIC MEETINGS**

- 2023 - Organization of the LI Annual conference of Italian Association of Semiotic Studies (AISS) “How to live together”, Sapienza University of Rome, 23/11/2023.
- 2021-2023 Seminars “Communicating the cultural heritage: the Hallyu as a translation enabler” - Scientific and Organising Committee / Sapienza University of Rome, Italy
- 24-26/09/2020 Organization of the International Conference “Come cambia il senso del Luogo: spazi urbani e ambienti mediali”, CoRiS - Sapienza University of Rome/Italy
- 26-28/06/2018 Organization of the 4th Celebrity Studies Journal Conference “Desecrating Celebrity,” Dipartimento di Storia Antropologia Arte Spettacolo – SARAS, Sapienza University of Rome/Italy
- 15/10/2011 Organization of the XXXIX Annual conference of Italian Association of Semiotic Studies (AISS) “Passioni collettive. Cultura, politica e società”, Sorrento/Italy
- 11/02/2010 Organization of the International Conference “Come lo Sport spiega il mondo”, CoRiS, Sapienza University of Rome/Italy
- 09/10/2010 Organization of the XXXVIII Annual conference of Italian Association of Semiotic Studies (AISS) “La fotografia oggetto teorico e pratica sociale”, CoRiS, Sapienza University of Rome/Italy

- **REVIEWING ACTIVITIES**

- 2023 Reviewer, *Studi Culturali*

- 2022 Reviewer, *ATTI della VII Graduate Conference dell'Università di Napoli L'Orientale*.
- 2022 Reviewer, *Semiotica* (IASS International Journal, De Gruyter)
- 2022 Reviewer, *Dimensioni e problemi della ricerca storica* (Sapienza University Press) n. 2
- 2020 – 2021 Reviewer, *Lexia* (International Journal, Aracne) n.35-36; n. 39-40.
- 2019 Reviewer, G. Marrone, Ed., *Languages of politics/politics of languages*, Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio, Italy.
- 2019 Reviewer, *Sistemi Intelligenti* (Journal, Il Mulino): n. 3
- 2009 – 2022 Reviewer, *E/C* (AISS International Journal, Mimesis): n. 5, n. 23, n.31, n. 34.

• **MAJOR COLLABORATIONS**

*Doppiozero*, Italian Cultural Review - regular contributor since 2014.

*Centro Meridionale di Educazione Ambientale*, Sorrento/Italy - Board Member Oct. 2013- Feb. 2022.

• **THESES FOLLOWED AS SUPERVISOR**

1. Arianna Ambrosini, “Forme di ironia: semiotica del discorso pubblicitario”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
2. Annalisa Amedoro, “L’arte della persuasione: teorie, strategie e tattiche dei discorsi efficaci”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2021/2022).
3. Alessia Antonelli, “Gucci come forma di vita: la direzione creativa di Alessandro Michele”, cattedra di Culture digitali e Social Media, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Toscana (A.A. 2019/2020).
4. Beatrice Basili “Tradurre testi, adattare culture: il concetto di Transcreation nella prospettiva di una semiotica della cultura”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
5. Andrea Barduani, “Turismo e traduzioni culturali: il caso Saudita, tra modernità e tradizione”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2021/2022).
6. Francesca Benassi, “Cronache del dolore: tra podcasting e serializzazione. Un’analisi semiotica”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2021/2022).
7. Serena Alice Cagnes, “Comunicare la moda al tempo del Coronavirus: autorialità, case e corpi modello”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2019/2020).
8. Emanuele Camilli, “L’impatto dello streaming sull’industria musicale”, cattedra di *Culture digitali e Social Media*, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Toscana (A.A. 2017/2018).
9. Chiara Cappella, “Semiotica della fotografia di moda”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
10. Ilaria Cataldi, “Politicamente corretto: tra censura, buon senso e conformismo ideologico. Analisi semiotica di un fenomeno in espansione”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
11. Silvia Colaiacomo, “Costruire l’immagine pubblica: le maschere come identità visive”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2019/2020).

12. Annalisa De Simone, “Interazione e comunicazione sui social: analisi semiotica dei contenuti pubblicitari su TikTok”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
13. Valerio Di Paolo, “Il ruolo del meme nella comunicazione pubblica e d’impresa. Un’evoluzione semiotica”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2021/2022).
14. Aurora Elisei “Promozione musicale sui social: l'emersione identitaria”, cattedra di *Culture digitali e Social Media*, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2017/2018).
15. Debora Figoli, “Gli NFT come opera d'arte: unicità e aura. Una prospettiva semiotica.”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2021/2022).
16. Caterina Frappetta, “Autorevolezza e reputazione sui social media: le incarnazioni del marketing. Un'analisi semiotica”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
17. Claudia Foffo, “Il flusso di coscienza in pubblicità: il caso Unieuro. Un'analisi semiotica”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
18. Diego Galli, “Mobile e Virtual Journalism: l'evoluzione del giornalismo partecipativo”, cattedra di *Culture digitali e Social Media*, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2017/2018).
19. Emilio Gherardi, “Semiotica del design nel campo automobilistico”, cattedra di Culture digitali e Social Media, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2020/2021).
20. Guido Gioacchini, “Esegesi di immagini e analisi della loro evoluzione in rapporto ai giornalismo sul campo”, cattedra di Culture digitali e Social Media, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2019/2020).
21. Claudia Giuliani, “Nuove frontiere di consumo: l’e-commerce, il pop-up store e il caso Espresso”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
22. Bianca Graf von Treuberg, “Semiotica di un sottogenere musicale: la trap nella scena musicale italiana e francese”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
23. Anna Lanciotti, “Le riviste di moda rivolte ai teenagers: un’analisi semiotica”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
24. Elisabeth Lagrimino, “L'utilizzo dei big data nella società odierna”, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2017/2018).
25. Veronica Magri “Dark Web e Deep Web: un’analisi semiotica”, cattedra di Culture digitali e Social Media, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2018/2019).
26. Nicolò Morbidelli, “Le fake news come strumento di manipolazione nei social network”, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2017/2018).

27. Alessia Morici, “Costruire un contenuto efficace su Instagram: un approccio semiotico”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
28. Lucrezia Noccaro, “Lo stile degli stilisti: un’analisi semiotica di Gianni Versace”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
29. Miriam Parisi, “L’uso dei social network nella distribuzione cinematografica”, corso di Laurea Magistrale in Filologia Moderna (LM-14), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2017/2018).
30. Arianna Petrini, “Raccontare la moda: il fashion film”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
31. Benedetta Piccioli, “L’indumento come manifesto di una forma di vita: connotazioni e notazioni di moda”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2019/2020).
32. Eleonora Puglisi, “Daily reminder: social media is fake. Semiotica della bellezza vera”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
33. Matteo Soligo, “Comunicazione dell’A.C. Milan sui social network”, cattedra di Culture digitali e Social Media, corso di Laurea Triennale in Comunicazione, Tecnologie e Culture Digitali (L-20), Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo, Università degli Studi della Tuscia (A.A. 2020/2021).
34. Antonia Iulia Szanto, “Aria: l’esplosione della moda outdoor dopo la chiusura. Un’analisi semiotica”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
35. Ludovica Tirocchi, “Lo spazio della sfilata”, cattedra di Semiotica della Moda, corso di Laurea Triennale in Scienze della Moda e del Costume, Dipartimento SARAS, Sapienza Università di Roma (A.A. 2020/2021).
36. Chiara Torella, “Tra mascolinità e agender: il maschile tradizionale e le nuove forme di vita. Un’analisi semiotica”, cattedra di Scienze Semiotiche del testo e dei linguaggi, corso di Laurea Triennale in Comunicazione pubblica e d’impresa, Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma (A.A. 2021/2022).

**Roma, 14/06/2023**

