

CURRICULUM DELL'ATTIVITÀ SCIENTIFICA E DIDATTICA

Marianna Boero

INFORMAZIONI PERSONALI

Nome e Cognome: **Marianna Boero**
e-mail: mboero@unite.it

POSIZIONI ATTUALI

- Docente di *Semiotics of Consumption and Advertising* nel corso di laurea magistrale in lingua inglese *Management and Business Communication*, Facoltà di Scienze della comunicazione, Università degli Studi di Teramo.
- Docente di *Semiotica per il Design* nel corso di laurea in *Design*, Dipartimento di Architettura, Università D'Annunzio -Chieti-Pescara.
- Docente di *Laboratorio di letteratura per l'infanzia* nel corso di laurea in *Scienze della formazione primaria*, Dipartimento di Scienze Umane, Università dell'Aquila.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

Titoli di studio

- Dottorato di ricerca (PhD) in *Culture, linguaggi e politica della comunicazione* (XXII ciclo). Titolo conseguito il 26/01/2010 presso l'Università degli Studi di Teramo (UNITE), Facoltà di Scienze della comunicazione, con giudizio "ottimo". Titolo della tesi: *Socio-semiotica del consumo*
- Laurea specialistica in Pubblicità e Comunicazione d'impresa, conseguita il 15/12/2005 presso l'Università degli Studi di Teramo (UNITE), Facoltà di Scienze della comunicazione, con voto 110 e lode. Titolo della tesi: *Aspetti patemici e sensoriali della comunicazione di marca Breil*.
- Laurea triennale in Scienze della comunicazione, conseguita il 12/12/2003 presso l'Università degli Studi di Teramo (UNITE), Facoltà di Scienze della comunicazione, con voto: 110 e lode). Titolo della tesi: *Il linguaggio del consumo nelle strategie pubblicitarie*.

Altri titoli

- Abilitazione scientifica nazionale alle funzioni di professore di seconda fascia nel settore concorsuale 11/C4 – ESTETICA E FILOSOFIA DEI LINGUAGGI, conseguita all'unanimità in data 14/08/2019.
- Cultrice della materia in *Semiotica* presso l'Università degli Studi di Teramo (a.a. 2015/2016).

ESPERIENZE PROFESSIONALI FORMATIVE O DI RICERCA

Interessi di ricerca

- Semiotica e teoria del linguaggio, con particolare riguardo alla semiotica strutturale e ai suoi sviluppi;
- Semiotica del testo, con particolare riguardo alle applicazioni della semiotica nell'analisi del testo (pubblicitario, fotografico, giornalistico, cinematografico, web);
- Semiotica della cultura, con particolare riguardo al dibattito sul nuovo realismo e post-verità;
- Semiotica del consumo, partendo dal presupposto che il consumo sia un sistema di significazione e comunicazione da analizzare nelle sue molteplici dimensioni, applicando le teorie e gli strumenti operativi della semiotica;
- Semiotica del senso comune, con particolare riguardo alle rappresentazioni mediali dell' "Altro" e ai miti della società contemporanea, a partire dall'opera di Roland Barthes.

Borse di studio o ricerca:

- Assegno di ricerca presso l'Università degli Studi di Teramo, Facoltà di Scienze della Comunicazione. Titolo della ricerca "Fake news e post-verità" (15-03-2019-14-04-2020).
- Borsa di ricerca nell'ambito del progetto europeo "Più ricerca e innovazione" per l'integrazione interculturale e lo sviluppo locale. Impresa destinataria del trasferimento tecnologico: Pomilio Blumm srl. Titolo del progetto: "Cibo, natura, identità culturali. Racconti e immagini di territori sul web" (Università degli Studi di Teramo, Regione Abruzzo, a.a. 2014/2015) (dal 07-01-2015 al 30-09-2015).
- Assegno di ricerca biennale post-doc presso l'Università degli Studi di Teramo, in collaborazione con la Regione Abruzzo (PO FSE ABRUZZO 2007-2013). Titolo della ricerca: "La comunicazione on line nel sistema moda: il caso delle PMI abruzzesi" (dal 05-12-2011 al 04-12-2013).
- Visiting Research Fellow presso il Centro di ricerca CPST- LERASS Université Le Mirail, Toulouse (periodo marzo-giugno 2013). Titolo della ricerca: "Le langage de la mode et la comparaison des sites web entre la France et l'Italie" (dal 18-03-2013 al 18-06-2013).
- Borsa di studio nel dottorato in "Culture, linguaggi e politica della comunicazione" (XXII ciclo), presso l'Università degli Studi di Teramo. Titolo del progetto di ricerca: *Sociosemiotica del consumo. Segni, luoghi, pratiche* (a.a. 2006-2007/2009-2010).

Incarichi di ricerca affidati da qualificate istituzioni pubbliche e private:

- Contratto di collaborazione nell'ambito della ricerca "Analisi narrativa della comunicazione interna Enel", affidato dalla Libera Università Maria ss. Assunta – LUMSA (22.07.2019).
- Contratto di ricerca post-doc nell'ambito del progetto europeo "Adriatic Welfare Mix" per l'inclusione sociale delle categorie svantaggiate nell'area IPA-Adriatic. La ricerca, condotta insieme insieme ad A. Sarra (Università D'Annunzio) e R. Contini (Università D'Annunzio), è stata affidata dalla Regione Abruzzo in collaborazione con il Sistema Universitario Abruzzese nell'ambito del progetto "Developing and Integrating the Welfare System toward a Welfare

Mix System Locally Managed in the Adriatic Area” (AWM) per l’inclusione sociale delle categorie svantaggiate nell’area IPA-Adriatic (a.a. 2015/2016).

- Contratto per attività di studio e ricerca sul campo previste nell’ambito del progetto “#ABEAUTIFUL MIND” - P.O. FSE ABRUZZO 2014-2020. L’incarico è stato affidato dall’Istituto di Istruzione Secondaria Superiore "Patini-Liberatore" di Castel di Sangro (AQ), in collaborazione con l’Istituto di Istruzione Superiore "Ovidio" di Sulmona (AQ) (dal 16-02-2018 al 14-02-2019).

Partecipazione a progetti di ricerca nazionali e internazionali:

- Partecipazione alle attività di ricerca del progetto “Analisi narrativa e organizzativa nelle campagne Enel di Global Internal Communication”. Direttore: Piero Polidoro (Lumsa). Membri del progetto di ricerca (in ordine alfabetico): Marianna Boero (Università di Teramo, Senior Consultant), Mauro Gatti (Università La Sapienza, partner) Michela Iannotta (Università La Sapienza, Senior Consultant), Chiara Meret (Università La Sapienza, Senior Consultant) (dal 1/10/2019 a oggi).
- Partecipazione alle attività di ricerca del progetto “L’analisi narrativa per la valutazione dell’efficacia della comunicazione interna Enel” (luglio 2019). Membri del progetto: Piero Polidoro (Università LUMSA, direttore del progetto), Marianna Boero (Università degli Studi di Teramo, Senior Researcher) (dal 10/07/2019 al 22/07/2019).
- Partecipazione alle attività di ricerca del progetto “Elementi e dinamiche evolutive di crescita degli spin-off universitari. Approcci d’analisi multi-livello e transnazionali”. Coordinatore scientifico: Christian Corsi (Università degli Studi di Teramo). Componenti del gruppo di ricerca (in ordine alfabetico): Marianna Boero (Università di Teramo), Daniela Di Berardino (Università degli Studi “G. d’Annunzio” Chieti-Pescara); María Rodríguez Gulias (Universidade da Coruña, Spagna); Sara Fernandez Lopez (Universidade de Santiago de Compostela, Spagna); Antonio Prencipe (Università degli Studi di Teramo); David Pazos Rodeiro (Universidade de Santiago de Compostela, Spagna) [collaborazioni a livello internazionale] (dal 25-10-2017 a oggi).
- Partecipazione alle attività di studio e divulgazione scientifica previste nell’ambito di una ricerca coordinata da G. Cristofaro, cattedra di “Letteratura per l’infanzia”, Dipartimento di Scienze Umane, Università degli Studi dell’Aquila, mirante a indagare gli aspetti formativi della fiaba nella scuola primaria. Tra gli output la realizzazione di un ciclo di conferenze tenutesi presso l’Università degli Studi dell’Aquila negli a.a. 2016/2017, 2017/2018 sul tema delle fiabe in prospettiva interdisciplinare, nell’ottica di un dialogo tra semiotica e scienze dell’educazione (dal 01-09-2017 al 30-12-2018).
- Partecipazione alle attività del progetto di ricerca e sviluppo sperimentale “TURN 2.0. Tourism and Networking” (periodo 2013-2014), portato avanti da un’aggregazione di imprese che aderiscono al Polo d’Innovazione dei Servizi Avanzati, in collaborazione con due università italiane (Università degli Studi di Teramo, Università dell’Aquila) e alcuni ricercatori del Gran Sasso Science Institute (GSSI - Scuola internazionale di dottorato e un centro di ricerca e formazione superiore. (dal 01-01-2013 al 01-08-2014).
- Partecipazione alle attività di ricerca previste nell’ambito del progetto “European Innovation Management Techniques for Teramo” (2015). Titolo del progetto “Cibo, natura, identità culturali. Racconti e immagini di territori sul web”. Il progetto ha previsto un trasferimento tecnologico dall’Università al mondo delle imprese (impresa del territorio coinvolta nel

progetto e destinataria del trasferimento tecnologico: Pomilio Blumm srl - Pescara) (dal 07-01-2015 al 30-09-2015).

- Partecipazione alle attività di ricerca previste nell'ambito del Progetto Speciale Multiasse RAF (Reti per l'Alta Formazione) - Azione 1.b e Azione 4.II - P.O. F.S.E. 2007/2013 – Piano Operativo 2009-2010-2011 - Protocollo d'Intesa tra la Regione Abruzzo e le Università degli Studi dell'Aquila, Chieti-Pescara e Teramo, mirante alla valorizzazione delle piccole e medie imprese abruzzesi nel quadro della competitività europea (periodo 2011-2013) (dal 05-12-2011 al 05-12-2013).

PREMI E RICONOSCIMENTI PER L'ATTIVITÀ SCIENTIFICA

- Conseguimento del premio internazionale “Giuseppe Sciacca”, secondo posto, per la tesi di dottorato di ricerca “Sociosemiotica del consumo”. Il riconoscimento è stato assegnato in occasione del X Premio Internazionale “Giuseppe Sciacca”, tenutosi presso la Pontificia Università Urbaniana - Città del Vaticano in data 12 novembre 2011.
- Conseguimento del riconoscimento “Pergamena d'oro”, attribuito dall'Università degli Studi di Teramo, Facoltà di Scienze della Comunicazione, in presenza del ministro dell'Università e della Ricerca Fabio Mussi, per il curriculum scientifico e l'attività di ricerca condotta per la tesi di laurea specialistica “Aspetti patemici e sensoriali della comunicazione di marca Breil” (23-01-2007) [settore scientifico disciplinare: M-FIL/O5].
- Conseguimento della dignità di stampa per la tesi di laurea specialistica in Semiotica “Aspetti patemici e sensoriali della comunicazione di marca Breil” (15.12.2005), Corso di Laurea in Pubblicità e Comunicazione d'Impresa, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Teramo. Estratti del lavoro di tesi sono contenuti nelle seguenti pubblicazioni: “Passioni ed estesia nella comunicazione pubblicitaria Breil” in Finocchi R., (a cura di), Il commercio del senso (pp. 45-58) ROMA: Meltemi Editore, ISBN: 88-7881-005-3); “Dalla pubblicità alle strategie di marca. Il nuovo protagonismo delle passioni e delle sensazioni”, in Ocula, n. 6, 2005 (ISSN 1724-7810).

ALTRE ESPERIENZE PROFESSIONALI CARATTERIZZATE DA ATTIVITÀ DI RICERCA COERENTI CON IL SETTORE DISCIPLINARE

Partecipazione a comitati editoriali di riviste del settore

- Guest editor nella rivista *Filosofi(e)semiotiche*, vol. 7, n. 1, 2020 [rivista scientifica settore M-FIL/O5] (- IN CORSO).

Attività di referaggio

- Attività di referaggio per le seguenti riviste scientifiche: *Lexia* [rivista scientifica settore scientifico disciplinare M-FIL/O5], *Zone Moda Journal* [rivista scientifica settore scientifico disciplinare M-FIL/O5, rivista fascia A area 10], *Versus* [rivista classe A settore scientifico disciplinare M-FIL/O5], *Ocula* [rivista scientifica per il settore scientifico disciplinare M-FIL/O5], *Prisma* [rivista scientifica area 12, 13, 14].

Partecipazione a commissioni di valutazione

- Membro della commissione giudicante del premio nazionale editoria per ragazzi “Doctor Book & Mister Art”, promosso dall’Associazione Culturale “Libris in Fabula”, Via Giovanni Falcone, 23 – 67100 L’Aquila – Cod. Fiscale: 93056780666 Internet site: www.librisinfabula.it – email: librisinfabula@gmail.com (dal 01-03-2019 al 01-10-2019).

TITOLARITÀ DI INSEGNAMENTI

Insegnamenti presso Università italiane:

- Docente a contratto di “Semiotics of Consumption and Advertising” (36 ore): contratto di docenza nel corso di laurea magistrale in lingua inglese Management and Business Communication, Facoltà di Scienze della comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2018-2019, dal 24-09-2018 a 23-09-2019) [settore disciplinare: M-FIL/05]
- Docente a contratto di “Semiotica per il Design” (32 ore), Dipartimento di Architettura, Corso di laurea in Design, Università D'Annunzio, Chieti-Pescara (a.a. 2018/2019, secondo semestre, 1/03/2019 al 30.09.2019) [settore disciplinare: M-FIL/05].
- Docente a contratto, “Laboratorio di letteratura per l’infanzia” (12 ore), Corso di Laurea in Scienze della Formazione Primaria, Dipartimento di Scienze Umane, Università degli Studi dell’Aquila, a.a. 2018/2019 [12 ore, settore scientifico disciplinare appartenente all’Area 11] (dal 24/09/2018 al 30/09/2019).
- Docente a contratto di “Semiotics of Consumption and Advertising” (36 ore): contratto di docenza nel corso di laurea magistrale in lingua inglese Management and Business Communication, Facoltà di Scienze della comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2017-2018) [settore disciplinare: M-FIL/05] (dal 25-09-2017 al 30-09-2018).
- Docente a contratto, “Semiotics of Consumption and Advertising” (36 ore): contratto di docenza nel corso di laurea magistrale in lingua inglese “Management and Business Communication”, Facoltà di Scienze della comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2016-2017) [settore disciplinare: M-FIL/05] (dal 22-11-2016 al 30-09-2017).
- Docente a contratto, “Semiotica del testo” (10 ore) contratto di docenza integrativa nel corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2013-2014) [settore scientifico-disciplinare M-FIL/05]. (dal 14-05-2014 al 31-05-2014).
- Docente a contratto, “Semiotica della comunicazione d’impresa” (36 ore): contratto di docenza nel corso di laurea magistrale Management e Comunicazione d’Impresa, Facoltà di Scienze della comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2011-2012) [settore disciplinare: M-FIL/05]. (dal 14-09-2011 al 30-09-2011).
- Docente a contratto, “Semiotica della comunicazione d’impresa” (36 ore): contratto di docenza nel corso di laurea magistrale Management e Comunicazione d’Impresa, Facoltà di Scienze della comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2009-2010) [settore disciplinare: M-FIL/05]. dal 24-02-2010 al 30-09-2010

- Docente a contratto, “Laboratorio di scrittura” (45 ore): contratto di collaborazione didattica, corso di laurea in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a. 2005-2006) [settore disciplinare: M-FIL/05] (dal 22-05-2006 al 30-06-2006).
- Contratto di collaborazione all’attività didattica, “Laboratorio di scrittura” (15 ore): corso di laurea in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Teramo (a.a 2004 -2005) [settore scientifico disciplinare: M-FIL/05] (dal 23-12-2004 al 30-09-2005).

Insegnamenti presso accademie private

- Docente a contratto di “Semiotica” (64 ore): contratto di docenza nel corso di Graphic Design& Art Direction, Roma, NABA – Nuova Accademia di Belle Arti, Roma (30.09.2019-28.02.2020) [settore scientifico disciplinare: M-FIL/05].

Insegnamenti presso master universitari

- Docente a contratto “Teorie e linguaggi della moda/Storytelling” (12 ore), Master “Teorie e strategie della moda”, Dipartimento di Storia, Culture, Religioni, Università La sapienza, Roma, (anno 2018) [settore disciplinare: M-FIL/05] (dal 16-05-2018 al 30-09-2018).

Insegnamenti presso qualificate università estere

- Visiting professor di "Semiotics of Consumption and Advertising" (8 ore) presso l'Università di SS. Cyrill and Methodius di Trnava, Slovacchia, Faculty of Mass Media Communication [dal 23.09.2019 al 28.09.2019] [settore disciplinare: M-FIL/05].
- Visiting professor di "Semiotics of Consumption and Advertising" (16 ore) presso l'Università di Odessa (ONMU), Ucraina, Dipartimento di Economia e Management (a.a. 2017-2018, secondo semestre) [dal 22-04-2018 al 05-05-2018] [settore disciplinare: M-FIL/05].
- Visiting professor di "Semiotics of Consumption and Advertising" (8 ore) presso l'Università di Zara, Croazia, Dipartimento di Turismo e Comunicazione (a.a. 2016-2017, secondo semestre) [dal 21-05-2017 al 27-05-2017] [settore disciplinare: M-FIL/05].

LISTA DELLE PUBBLICAZIONI SCIENTIFICHE:

Monografie

1. Boero M. (2018) *La famiglia della pubblicità. Stereotipi, ruoli, identità*. Milano: Franco Angeli [Monografia, IT].
2. Boero M. (2017) *Linguaggi del consumo. Segni, luoghi, pratiche, identità*. Roma: Aracne [Monografia, IT].
3. Boero M., Contini R., Sarra A. (2017) *Social inclusion of vulnerable groups in the IPA Adriatic Area. Media representations, scholastic policies and statistic data*, Napoli: Editoriale Scientifica [Monografia, EN].

4. Boero M. (2010) *Sociosemiotica del consumo. Segni, luoghi, pratiche*, Tesi di dottorato, XXII ciclo, Università degli Studi di Teramo [Monografia, IT].

Articoli in riviste peer-review

1. Boero M. (2019) “Cibo, esperienza, testualità. La pubblicità del cioccolato”, E/C, n. 27, *Politiche della cucina. Discorsi, conflitti, culture*, 2019, www.ec-aiss.it [Articolo in rivista scientifica, IT].
2. Boero M. (2019) “Tempo, narrazione, discorso. Per un’analisi semiotica del film In Time”, *Logoi.ph – Journal of Philosophy* – ISSN 2420-9775, N. V, 14, 2019 – Tempora [Articolo in rivista scientifica, IT].
3. Boero M., Giuliani D. (2019) “Gli stereotipi di genere negli albi illustrati”, *Filosofi(e)Semiotiche*, Vol. 6, N. 1, 2019, ISSN 2531-9434, pp. 12-27 [Articolo in rivista scientifica, IT].
4. Boero M. (2019) “L’Aquila, ten years after the earthquake. Identity and sense of place in journalistic narration”, E/C [Articolo in rivista scientifica, EN].
5. Boero M. (2019) “Il significato esistenziale della nostalgia e il racconto della pubblicità”, *Logoi.ph*, V, 13, Fears and Desires, 4. [Articolo in rivista scientifica, IT].
6. Boero M. (2019) “Il metodo etnosemiotico per lo studio delle pratiche di consumo”, E/C. [Articolo in rivista scientifica, IT].
7. Boero M., Greco C. (2018) “Suspended identities. The concept of Ius soli among memory, boundary and otherness”, *RIFL/SFL* (2018): 16-25, DOI: 10.4396/SFL201901 [Articolo in rivista scientifica, EN].
8. Boero M. (2018) “Gli animali domestici nei testi pubblicitari” in Mangiapane F. Cuccioli, *Monografico di E/C* [Articolo in rivista scientifica, IT].
9. Boero M. (2017) "Modelli di famiglia tra narrazione e realtà", E/C. *The Journal of the Italian Association for Semiotic Studies* [Articolo in rivista scientifica, IT].
10. Boero M. (2017) “How do you see me? Construction of ‘Otherness’ and promotion of social inclusion through a viral video campaign, *Lexia* n. 25-26, Torino: Aracne [Articolo in rivista scientifica, EN]*.
11. Boero M. (2016) “La prospettiva semiotica nell’analisi di uno spazio di consumo. Il caso della boutique effimera di Chanel”, *Filosofi(e)Semiotiche*, Vol. 3, N. 2 (Dicembre 2016) ISSN 2531-9434, pp. 24-36 [Articolo in rivista scientifica, IT].
12. Boero M. (2016) "#Boicottabarilla, #boycottDolceGabbana. Ironia nel web e nuovi modelli familiari", *Carte Semiotiche*, Volo Publisher, Siena [Articolo in rivista scientifica, IT].
13. Boero M. (2016) “The Bodies of Mothers. Il corpo censurato e gli scatti di Jade Beall”, *Lexia* n. 21-22, Torino: Aracne [Articolo in rivista scientifica, IT] *.
14. Boero M., “Social network e identità del territorio. Un’indagine semiotica”, E/C. *The Journal of the Italian Association for Semiotic Studies* [Articolo in rivista scientifica, IT].
15. Boero M., (2015), “L’uomo in famiglia. Cibo e identità culturali nei racconti pubblicitari”, *Lexia* n. 21-22, Torino: Aracne [Articolo in rivista scientifica, IT] *.

16. Boero M., (2015), “The language of Fashion in Postmodern Society: a Social-semiotic Perspective”, *Semiotica - Journal of the International Association for Semiotic Studies*. Berlino: De Gruyter Mouton [Articolo in rivista scientifica, EN] *.
17. Boero M. (2014), “Famiglia modello, modelli di famiglia. L’agentività delle immagini pubblicitarie”, *Lexia* n. 17-18, Torino: Aracne [Articolo in rivista scientifica, IT] *.
18. Traini S. - Boero M. (2013), “Le langage de la mode et la comparaison des sites web”, *E/C. The Journal of the Italian Association for Semiotic Studies* [Articolo in rivista scientifica, FR].
19. Boero M. (2013), “Fusion. Tendenze postmoderne del linguaggio della moda”, *ZoneModaJournal* n.3. Pendragon: Bologna [Articolo in rivista scientifica] [IT; EN] **.
20. Boero M. (2005) “Dalla pubblicità alle strategie di marca. Il nuovo protagonismo delle passioni e delle sensazioni”, in *Ocula. Semiotic Eye on Media*, n. 6 [Articolo in rivista scientifica, IT].
21. Boero M. (2004) “Il linguaggio del consumo nelle strategie pubblicitarie”, in *Ocula. Semiotic Eye on Media* (ISSN 1724-7810) [Articolo in rivista scientifica, IT].

Capitoli di libro

1. Boero M. (2019) “Semiotics of Fashion. Theories and Considerations about the (new) Objects”, in Giovanna Motta (a cura di) *La forza della moda. Potere, rappresentazione, comunicazione*, Edizioni Nuova Cultura, Roma, 2019, pp. 219-235 [Capitolo in libro, EN].
2. Contini R., Boero M. (2016) “Migration, Citizenship and Educational Policies: the Results of a Research in the Italian Schools”, Uk: Nova publisher [Capitolo in libro, EN].
3. Boero M., (2015) “Consumi, naturalità ed eco-pragmatismo: la prospettiva semiotica nello studio di un caso”, in Guido Ferraro, Alice Giannitrapani, Gianfranco Marrone, Stefano Traini (a cura di), *Dire la natura. Ambiente e significazione*, Torino: Aracne [Capitolo in libro, IT].
4. Traini S. - Boero M. (2014), “Esperienze sul web. Il caso dei marchi di moda”, in Pezzini I. e Spaziante L. (a cura di) *Corpi Mediali. Semiotica e contemporaneità*. Pisa: Edizioni ETS [Capitolo in libro, IT].
5. Boero M. (2014) “I giudizi degli utenti nelle pagine Facebook di Booking, Trip Advisor, Groupalia e Voyage privé”, *Turn 2.0. Turismo and networking*. Pescara: Carsa ed., 2014 [Capitolo in libro] [IT; EN].
6. Boero M. - Traini S. (2006) “Passioni ed estesia nella comunicazione pubblicitaria Breil” in Finocchi, R., (a cura di), *Il commercio del senso*. Roma: Meltemi [Capitolo in libro, IT].

Atti di conferenze e convegni

1. Boero M. (2014) “Analyzing Brand Values with a Semiotic Approach”, Atti del congresso internazionale “Managing the Intangibles”, Università Politecnica delle Marche ed.: Ancona (isbn: 978-88-907795-7-2) [Atti del convegno, EN].

Legenda:

* Articoli in fascia A s.s.d. M-Fil/05

** Articolo in fascia A area 10 e rivista scientifica s.s.d. M-Fil/05

IT: pubblicazioni in lingua italiana
EN: pubblicazioni in lingua inglese
FR: pubblicazioni in lingua francese

RELAZIONI A CONGRESSI SCIENTIFICI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

Relazioni a congressi scientifici nazionali

- Boero M., “Effetti di verità nelle immagini giornalistiche. Teoria ed esempi di analisi semiotica”, XLVII congresso dell’Associazione italiana di studi semiotici, *L’enunciazione e le immagini*, Siena, Rettorato e Accademia Chigiana, 25-27 ottobre 2019.
- Boero M., “Immagini efficaci. La rappresentazione della donna nei testi pubblicitari”, convegno scientifico *Dalle parole ai fatti*, organizzato dalla Commissione Pari Opportunità Atri e dal Comune di Atri, Auditorium Sant’Agostino, 8 marzo 2019.
- Boero M. “Sguardi sull’Altro tra passione e narrazione. La figura del migrante.”, congresso Società di Filosofia del Linguaggio, Cagliari, 23-25 gennaio 2019.
- Boero M. “Esperienza, gusto, testualità. Pubblicità di cibo”, XLVI congresso dell’Associazione italiana di studi semiotici, *Politiche del gusto*, Palermo, 30 novembre-2 dicembre 2018.
- Boero M., Greco C., “Identità sospese. Il concetto di Ius soli tra memoria, confine, identità”, XXIV convegno della Società di Filosofia del Linguaggio, “Forme dell’Identità”, Milano, 24-26 gennaio 2018.
- Boero M., “Sul senso della differenza. Alcune riflessioni semiotiche a partire dai concetti di inclusione sociale e viralità”, convegno scientifico *Virale non è banale*, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 20 ottobre 2017.
- Boero M., “Il metodo etno-semiotico per lo studio delle pratiche di consumo”, XLV Convegno dell’Associazione italiana di studi semiotici, *Il metodo semiotico*, Università di Cassino e del Lazio Meridionale, 6-8 ottobre 2017.
- Boero M. “Modelli di famiglia tra realtà e narrazione pubblicitaria”, XLIV Convegno dell’Associazione italiana di studi semiotici, *Narrazione e realtà: il senso degli eventi* - Como, 30 settembre – 2 ottobre 2016.
- Boero M., “Social network e identità territoriali. Regioni a confronto”, XLIII Convegno dell’Associazione italiana di studi semiotici, *Dal web al mobile*, Bologna, settembre 2015.
- Boero M., “Consumi, naturalità ed eco-pragmatismo: la prospettiva semiotica nello studio di un caso”, XLII Convegno dell’Associazione italiana di studi semiotici, *Tra natura e storia: naturalismi e costruzioni del reale*, Teramo 24-25 ottobre 2014.
- Traini S. – Boero M., “Esperienze sul web e corporeità. Il caso dei marchi di moda”, XLI Convegno dell’Associazione italiana di studi semiotici, *Arti del vivere e Semiotica*, Rimini, 4-6 ottobre 2013.

Relazioni a congressi scientifici internazionali

- Boero M., “Semiotica e Moda. Alcune riflessioni sul metodo”, congresso internazionale *The power of Fashion, cultural history, communication*, Università La Sapienza, Roma, 22-23 maggio 2018.
- Boero M. “Social inclusion of vulnerable groups. Slovenia’s main challenges related to homelessness”, International conference, “Adriatic Welfare Mix”, Pescara, 23 maggio 2016.
- Boero M., “Social inclusion of vulnerable groups. Media representations of homelessness”, Pescara, International conference, “Adriatic Welfare Mix”, 4 maggio 2017.
- Boero M., “Analyzing Brand Values with a Semiotic Approach”, congresso internazionale SGBED – *Managing the Intangibles*, Università di Ancona, 16-18 luglio 2014.
- Traini S. – Boero M., “Le langage de la mode et la comparaison des sites web”, congresso internazionale *Comparaisons sémiotiques*, 11-13 settembre 2013, Università di Toulouse.

Relazioni in occasione di seminari e giornate di studio

- Boero M., “Algirdas J. Greimas: il percorso generativo del senso”, seminari organizzati nell’ambito del corso di “Semiotica”, corso di Laurea in Scienze della Comunicazione - ATSC, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università di Teramo (UNITE), 4, 11 e 18 novembre 2019.
- Boero M., “Algirdas J. Greimas: le strutture semionarrative”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Semiotica”, corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università di Teramo (UNITE), 27 marzo 2019.
- Boero M., “Applicazioni del Percorso Generativo: l’analisi del testo”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Semiotica”, corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università di Teramo (UNITE), 4 aprile 2019.
- Boero M., “La semiotica delle passioni”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Semiotica”, corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università di Teramo (UNITE), 9 e 11 aprile 2019.
- Boero M., “Semiotica della cultura: l’analisi del testo giornalistico e il caso delle migrazioni”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Semiotica”, corso di Laurea in Scienze della Comunicazione, Facoltà di Scienze della Comunicazione, Università di Teramo (UNITE), 17 aprile 2019.
- Boero M., “La rappresentazione dei bambini in pubblicità”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Letteratura per l’infanzia”, corso di Laurea in Scienze della formazione primaria, Dipartimento di Scienze Umane, Università dell’Aquila (UNIVAQ), 7 novembre 2018.
- Boero M., “I testi della letteratura per l’infanzia: alcuni casi studio”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Letteratura per l’infanzia”, corso di Laurea in Scienze della formazione primaria, Dipartimento di Scienze Umane, Università dell’Aquila (UNIVAQ), 12 dicembre 2018.
- Boero M., “Semiotics of Advertising and Consumption (part 1)”, Seminario nell’ambito del corso di Economia, Università di Odessa (ONMU), 25 aprile 2018, 25-04-2018.
- Boero M., “Semiotics of Advertising and Consumption (part 2)”, Seminario nell’ambito del corso di Economia, Università di Odessa (ONMU), 25 aprile 2018, 02-05-2018.

- Boero M., “Pubblicità e bambini”, seminario organizzato nell’ambito del corso di “Letteratura per l’infanzia”, corso di Laurea in Scienze della formazione primaria, Dipartimento di Scienze Umane, Università dell’Aquila (UNIVAQ), 22 novembre 2017.
- Boero M., “Trend of Consumption”, Seminario organizzato nell’ambito del corso di Semiotica, Dipartimento Comunicazione e Turismo, Università di Zara, 25-05-2017.
- Boero M., “Comunicare i trend di consumo”, seminario tenuto nell’ambito del workshop “Advertising and instant marketing” l’Università degli Studi di Teramo, Facoltà di Scienze della Comunicazione, per la formazione specialistica del “Digital Team” di Facoltà, 11-04-2017.
- Boero M., “Comunicare attraverso le immagini”, seminario tenuto nell’ambito del workshop “Infografiche e comunicazione visiva digitale”, Università degli Studi di Teramo, Facoltà di Scienze della Comunicazione, per la formazione specialistica del “Digital Team” di Facoltà, 12-12-2016.
- Boero M., “La comunicazione on line nel sistema moda: il caso delle PMI abruzzesi” Seminario conclusivo di divulgazione risultati ottenuti nell’ambito del progetto di ricerca finanziato dal F.S.E. Progetto R.A.F. (RETI PER L’ALTA FORMAZIONE), Università degli Studi di Teramo - Campus Coste S. Agostino, Facoltà di Scienze Politiche/Facoltà di Scienze della Comunicazione, 30-06-2014.
- Boero M., “Pubblicità sociale e stereotipi”, seminario “On the move: incontro sui nuovi linguaggi della comunicazione sociale nell’era dei social media”, Università di Teramo, 9 maggio 2012.
- Boero M., “Pubblicità e comunicazione politica”, seminario “Fare e disfare la comunicazione. Incontro sulla comunicazione politica”, Chieti, 20-21 novembre 2011.
- Boero M., “Segni e strategie della comunicazione politica”, seminario “Fare e disfare la comunicazione. Incontro sulla comunicazione politica”, Chieti, 26-27 novembre 2010.
- Boero M., “Spazi e culture metropolitane: per una semiotica della città”, giornata di studi dottorali sul tema della città, Università degli Studi di Teramo, maggio 2009.
- Boero M., “Semiotica e memoria”, giornata di studi dottorali sul tema della memoria, Università degli Studi di Teramo, maggio 2008.

CAPACITÀ E CONOSCENZE LINGUISTICHE:

- **Madrelingua:** Italiana

• Altre lingue (*)	Capacità di lettura	Capacità di scrittura	Capacità di espressione orale
Inglese	B2	B2	B2
Francese	B2	B2	B1
Spagnolo	B1	B1	B1

(*) *Autovalutazione in base al quadro comune europeo di riferimento per le lingue*

Ai sensi e per gli effetti degli articoli 38 e 47 del D.P.R. n. 445/2000 e s.m.i, la sottoscritta dichiara la veridicità dei titoli e delle esperienze riportate nel curriculum vitae.

La sottoscritta inoltre autorizza al trattamento dei propri dati personali, ai sensi del D.lgs. 196 del 30 giugno 2003.

L'Aquila

14/04/2020

Firma

Monica Boero