



Relazione annuale relativa agli incontri di consultazione con gli stakeholders
Corso di Dottorato: Semiotica: studi su testo, discorso, media, cultura
Anno 2024

Nel quadro di un precipuo impegno dell'Università degli Studi di Palermo volto a intensificare e valorizzare i rapporti tra l'Ateneo e i diversi portatori di interesse, il Corso di Dottorato in *Semiotica: studi su testo, discorso, media, cultura* ha promosso una serie di iniziative finalizzate a incrementare incontri con diversi stakeholders individuati dal Collegio dei docenti. Gli incontri hanno coinvolto e impegnato direttamente il Coordinatore, i docenti, i ricercatori, i dottorandi in dialoghi e iniziative di scambio.

Gli incontri hanno avuto luogo nelle sedi del Dipartimento Culture e Società e in sedi esterne all'Ateneo e sono stati finalizzati alla discussione sui punti di forza e di debolezza del Dottorato in Semiotica, anche in vista di una progettazione dei nuovi cicli, di una programmazione delle attività future e di un monitoraggio di quelle già svolte.

In termini generali è emerso dai confronti un forte interesse per le attività del Corso e per le figure professionali previste in uscita. È stata evidenziata come il percorso formativo prepari a operare in diversi ambiti che vanno dalla cultura alla gastronomia, passando per la comunicazione di impresa e il marketing.

Gli incontri hanno coinvolto personalità della cultura e del mondo delle imprese raggruppabili prevalentemente su tre asset: cultura, gastronomia, pubblicità.

Per quanto riguarda l'**asset cultura** sono stati consultati:

- In data 20 gennaio 2024 è stato ascoltato **Rosario Perricone**, docente di Antropologia culturale e Museologia e allestimenti museografici presso l'Accademia di Belle Arti di Palermo, Presidente dell'Associazione per la conservazione della storia delle tradizioni popolari e Direttore del Museo delle Marionette "A. Pasqualino". Perricone si è mostrato soddisfatto delle dense reti di collaborazione già avviate con il corso di dottorato, ha espresso apprezzamento per le attività programmate del corso di cui ha evidenziato il carattere innovativo. Si è mostrato propenso a incrementare i rapporti di scambio e collaborazione sottolineando l'utilità di investire in percorsi di questo tipo.
- In data 11 luglio 2024 è stato ascoltato **Marco Belpoliti**, saggista e scrittore, docente di Critica letteraria e Letterature e arti visive presso l'Università di Bergamo, direttore della collana "Riga" presso Quodlibet, co-direttore della rivista e casa editrice web *Doppiozero*. Partendo da una descrizione e presentazione delle ultime iniziative editoriali che lo impegnano, Belpoliti ha mostrato interesse per il percorso dottorale in Semiotica, avanzando proposte operative di collaborazione. In particolare, ha proposto ai dottorandi, anche al fine di mettere in pratica le conoscenze acquisite e di favorire un contatto con il mondo del lavoro extra-accademico, di collaborare con *doppiozero* nella stesura di contenuti per la prestigiosa rivista culturale. Durante l'incontro si è anche parlato della possibilità di realizzare percorsi mirati all'organizzazione di incontri seminari, convegnistici e



laboratoriali finalizzati a far conoscere ai dottorandi le varie fasi di articolazione del settore dell'editoria e la necessaria gestione di taluni aspetti di carattere commerciale, economico e aziendale.

Per quanto riguarda l'**asset gastronomia** sono stati consultati:

- In data 16 ottobre è stato ascoltato **Luca Cesari**, storico della gastronomia, scrittore e giornalista gastronomico per Gambero Rosso, Il Sole 24 Ore e Il Gusto. Cesari ha lodato il Corso di Dottorato sottolineando come nella comunicazione enogastronomica la semiotica possa giocare un ruolo chiave nel decifrare le dinamiche del consumo e della valorizzazione delle tradizioni culinarie. Ha apprezzato molto la formazione interdisciplinare proposta dal Corso che permette ai futuri dottori di ricerca di inserirsi nel settore enogastronomico con competenze analitiche e comunicative avanzate. Ha sottolineato inoltre l'importanza del coinvolgimento diretto dei portatori di interesse in un piano integrato e ampiamente partecipato di relazione con i dottorandi.
- In data 15 ottobre 2024 è intervenuta **Amelia Cuomo**, imprenditrice, CEO di Pasta Cuomo e direttrice del Museo della Pasta Cuomo, azienda storica bicentenaria di Gragnano. Partendo dall'idea che ciò che conta oggi è saper raccontare una storia, Cuomo ha evidenziato come la semiotica possa offrire strumenti fondamentali per innovare la narrazione del cibo. Ha sottolineato inoltre l'importanza della comunicazione strategica per la valorizzazione del patrimonio gastronomico italiano, sostenendo che una comunicazione efficace non si basi solo sulla padronanza di conoscenze tecniche specifiche, ma anche su competenze trasversali come quelle che offre il dottorato in Semiotica.

Per quanto riguarda l'**asset comunicazione pubblicitaria** sono stati consultati:

- **Diego Emanuele**, architetto, creative director e fondatore di Studio Forward è intervenuto in data 24 maggio 2024. Ha discusso le opportunità professionali per i dottorandi in Semiotica, sottolineando l'importanza di una formazione che integri competenze teoriche e pratiche. Emanuele ha lodato il Corso di Dottorato, evidenziando come il programma sia in grado di preparare i dottorandi ad affrontare le sfide odierne in ambito comunicativo, combinando il pensiero critico con la capacità pratiche. Ha apprezzato l'approccio integrato del corso e sottolineato che la preparazione offerta è ideale per chi desidera entrare nel mondo della comunicazione e del design, riuscendo a operare in contesti complessi e multidisciplinari.
- In data 24 maggio 2024 è stato ascoltato **Fabio Rodighiero**, Strategy Director in Alkemy, con esperienza in brand internazionali come P&G e Coca-Cola. Ha enfatizzato l'importanza di formare i dottorandi a lavorare con brand che richiedono soluzioni di marketing complesse, sottolineando come l'expertise semiotica possa essere applicata e adattata alle esigenze peculiari dei settori comunicativi e commerciali, in particolare nel lavoro di progettazione strategica. Rodighiero ha proposto di integrare nei programmi del dottorato sessioni pratiche, dove i dottorandi possano sviluppare strategie pubblicitarie in contesti reali, affrontando problematiche concrete e stimolando la loro capacità di progettazione. Ha anche messo in evidenza come l'intelligenza artificiale stia trasformando il settore della pubblicità e del branding, suggerendo al Corso di approfondire le implicazioni semiotiche e sociali legate all'uso dell'AI in contesti pubblicitari.

Questi incontri hanno rappresentato un'importante occasione di dialogo e confronto tra il mondo



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

DIPARTIMENTO CULTURE E SOCIETÀ



accademico e quello professionale. Le riflessioni emerse hanno evidenziato come il Corso non solo risponda alle esigenze di un mercato in continua evoluzione, ma anche come prepari i dottorandi a diventare professionisti in grado di affrontare sfide complesse e trasversali nei settori della cultura, della gastronomia, della pubblicità e oltre. Questo processo di consultazione, volto ad arricchire la programmazione futura, si attesta come una buona prassi per il continuo sviluppo e miglioramento del percorso formativo verso una sempre maggiore interdisciplinarietà e innovazione, orientato a rispondere alle dinamiche contemporanee e alle necessità del mondo del lavoro.