

Guido Ferraro

Laureato in Filosofia nel 1974 all'Università di Torino, con una tesi in Semiologia.

Titolare di assegni di studio fino al 1980, poi ricercatore, e dal 2002 professore associato nel raggruppamento M-FIL/05 presso l'Università di Torino, dove insegna *Semiotica generale, Teoria della narrazione, Semiotica dei consumi*. Insegna inoltre *Linguaggi della comunicazione aziendale* presso il Corso di laurea interfacoltà in Management dell'Informazione e della Comunicazione Aziendale dell'Università di Torino, ed è titolare del corso in *Semiologia e multimedialità* presso il Master in Progettazione e management del multimedia per la comunicazione, di cui è attualmente direttore.

È stato Presidente del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione multimediale e di massa presso l'Università di Torino, più volte Vicepresidente dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, Presidente del Centro di Ricerche Semiotiche di Torino, direttore di varie collane editoriali e del periodico *Lexia. Leggere la comunicazione*.

Afferisce al Dipartimento di Filosofia.

La sua attività scientifica ha quale centro costante l'elaborazione di un nuovo quadro concettuale che porti la semiotica pienamente nell'ambito delle scienze sociali. Ha lavorato in tal senso sulla storia e sui concetti fondamentali della semiotica, e ha elaborato nuovi modelli teorici, tra cui una teoria unificata dei modi di significazione e nuove prospettive per la teoria della narrazione. Tra le principali aree di applicazione: i racconti folclorici, il cinema, la letteratura, la pubblicità, la fotografia, internet. Ha presentato relazioni in numerosi convegni, nazionali e internazionali.

Tra le principali pubblicazioni:

Il linguaggio del mito (Feltrinelli, nuova edizione Meltemi), *Strategie comunicative e codici di massa* (Loescher), *La pubblicità nell'era di Internet* (Meltemi), *Semiotica. Teorie e tecniche* (Arcipelago), *Comunque umani* (Meltemi). Sta per pubblicare un libro sulla *Teoria della narrazione*.