

ROBERTO GRANDI

La mia attività di ricerca, di riflessione e di consulenza si è sviluppata su una base teorica sociologica che si è confrontata e aperta a discipline, in primo luogo la semiotica, che approfondivano le problematiche sullo sviluppo dei processi culturali e delle comunicazioni di massa.

Per questa ragione non solo le metodologie di ricerca adottate, ma anche i settori di applicazione sono stati tra loro diversi, dando luogo a una pluralità di campi di interesse.

Dagli anni del passaggio dalla televisione pubblica a quella privata, con una esperienza ideativa del formato non-stop di VideoMusic, agli studi sulla pubblicità e la moda negli anni '80, a quelli, con risvolti operativi, sulla comunicazione politica, la comunicazione pubblica e, negli ultimi quindici anni, a quelli sulla comunicazione d'impresa e le politiche di branding, in particolare quelle territoriali, nel loro impatto con lo sviluppo dei media digitali.

Questi ambiti di analisi e di intervento professionale sono stati da me vissuti e considerati come manifestazioni diverse di processi culturali globali che ho potuto osservare grazie alla mia esperienza internazionale iniziata accademicamente nel 1978 alla University of Pennsylvania e terminata nel 2015 alla Tongji University di Shanghai.

Il punto di vista dello studioso si è, diciamo, arricchito, nell'impatto e confronto con punti di vista istituzionali di progettazione e di visione pubblica sia come Assessore alla Cultura al Comune di Bologna sia come Pro Rettore all'Università di Bologna.

Come si può vedere una pluralità di ingredienti teorici ed esperienziali che opportunamente shakerati possono dar luogo a vari tipi di cocktail.

Dal 2017 al 2022 Presidente della Istituzione Bologna Musei.

Dal 2011 Direttore del Master Internazionale *Marketing, Communication and New Media* alla Bologna Business School (BBS) Università di Bologna.

Dal 2006 Presidente della Associazione Collegio di Cina.

Dal 1974 al 2016 ha insegnato all'Università di Bologna. Professore Ordinario di *Sociologia della Cultura* dal 2001. Tra gli insegnamenti di questi anni, portati avanti in vari corsi di studio: *Comunicazione Pubblica, Comunicazioni di Massa, Comunicazione Politica, Sociologia dell'Informazione, Politiche di sviluppo delle imprese creative e nuove tecnologie.*

Dal 2014 al 2016 membro del Comitato Scientifico di Bologna Welcome.

Dal 2012 al 2014 Responsabile scientifico del Bologna City Branding Project.

Dal 2009 al 2011 Presidente di PromoBologna