

Federico Bellentani works at the intersection of semiotics, technology and urban space.

He is currently Post-Doc Researcher and Project Manager at the University of Turin, coordinating EUFACETS (PI: Prof. Massimo Leone), an ERC-funded project developing a social media platform designed around depth of connection rather than engagement metrics — built for older adults at a moment when most technology ignores them.

In parallel, he serves as Marketing and Communication Director at Dinova, where he helps shape how innovation gets communicated, narrated and made useful. That work earned him a place among Forbes Italy's Top 100 Marketing and Communication Managers (2025) and Google Cloud Stars for Marketing and Communication (2022, 2024).

Federico holds a PhD from Cardiff University's School of Geography and Planning, a Master's in Semiotics with highest honours from the University of Bologna and a General Management certificate from Bologna Business School. He has held visiting positions at the University of Florida and the University of Tartu.

His four published books and thirty-plus peer-reviewed articles range from monuments and contested public memory to digital faces and the semiotics of artificial intelligence. He has delivered invited lectures across Europe, the Americas and Asia and shared a stage at an international conference with Kersti Kaljulaid, former President of Estonia.

[ITA]

Federico Bellentani svolge la sua attività di ricerca all'intersezione tra semiotica, tecnologia e spazio urbano.

Attualmente è ricercatore post-doc e project manager presso l'Università di Torino, dove coordina EUFACETS (PI: Prof. Massimo Leone), un progetto finanziato dall'European Research Council (ERC) che sviluppa una piattaforma di social media progettata per favorire la profondità delle relazioni, anziché massimizzare le metriche di coinvolgimento, e pensata specificamente per gli anziani, in un momento in cui gran parte della tecnologia tende a trascurarne le esigenze.

Parallelamente, ricopre il ruolo di Direttore Marketing e Comunicazione di Dinova, contribuendo a definire il modo in cui l'innovazione viene comunicata, raccontata e resa concretamente utile. Questa attività gli è valsa il riconoscimento tra i Top 100 Marketing & Communication Manager di Forbes Italia (2025) e il premio Google Cloud Stars for Marketing and Communication (2022 e 2024).

Ha conseguito il dottorato di ricerca presso la School of Geography and Planning della Cardiff University, una laurea magistrale in Semiotica con il massimo dei voti presso l'Università di Bologna e un certificato in General Management presso la Bologna Business School. È stato inoltre visiting researcher presso la University of Florida e la University of Tartu.

È autore di quattro monografie e di oltre trenta articoli scientifici sottoposti a revisione paritaria, dedicati a temi che spaziano dai monumenti e dalla memoria pubblica contesa ai volti digitali e alla semiotica dell'intelligenza artificiale. Ha tenuto conferenze e lezioni su invito in Europa, nelle Americhe e in Asia e ha condiviso il palco, nel corso di una conferenza internazionale, con Kersti Kaljulaid, già Presidente della Repubblica d'Estonia.