

Indice

Introduzione

Una ricerca che nasce dalla didattica <i>di Laura Corradi</i>	11
Ringraziamenti	23
Bibliografia	24

Capitolo primo

Specchio delle sue brame. Semiotica femminista e analisi socio-politica intersezionale nei <i>commercials</i> <i>di Laura Corradi</i>	25
1. Corpo e potere	25
2. La dittatura della bellezza	30
3. Le pubblicità come ideologia	32
4. Semiotica femminista e decostruzione delle pubblicità	41
5. Perché uno studio intersezionale sulle pubblicità	44
6. Pubblicità post-femministe	48
7. Pubblicità oppio dei popoli	49
8. Conclusioni	52
Bibliografia	56

Capitolo secondo

Pubblicità di classe. Disuguaglianze, differenze e distanza <i>di Emanuela Chiodo e Laura Corradi</i>	61
1. Premessa	61
2. Pubblicità di classe: esclusività ed esclusione nella dimensione simbolica della distanza	62
3. Il mondo senza poveri delle pubblicità	67
4. Le classi non esistono	70
5. Il lusso è un diritto	79

6. Conclusioni	86
Bibliografia	88

Capitolo terzo

«Sesso» e «razza» al muro. Il sistema sessismo/razzismo in pubblicità

<i>di Vincenza Perilli</i>	91
1. Rappresentazioni visuali e sistemi di dominio	93
2. I corpi mercificati	95
3. Bianchezza <i>fashion</i> . Il privilegio in passerella	98
4. Conclusioni	121
Bibliografia	123

Capitolo quarto

Eteronorma e immaginari lgbt nelle pubblicità

<i>di Marta Baldocchi e Angela Tiano</i>	127
1. Introduzione	127
2. Pubblicità eterosessiste ed eteronormative	131
3. Omofobia e stereotipi nel discorso pubblicitario	142
4. Conclusioni	154
Bibliografia	158

Capitolo quinto

Eternamente giovani: l'*ageism* nelle pubblicità

<i>di Laura Corradi</i>	165
1. La costruzione sociale dell'età e dell'invecchiamento	165
2. Vecchiaia e giovinezza nei media	172
3. Problematiche della gioventù e giovanilismo sociale	176
5. L'intersezione fra età e classe	179
6. Giovani, eternamente giovani: i prodotti dei miracoli	181
7. Le pratiche esclusionarie nelle pubblicità	182
Bibliografia	187

APPENDICE

Feminist Semiotics

Per una sociologia politica del culo femminile nelle pubblicità italiane

<i>di Laura Corradi</i>	191
1. Una premessa terminologica	191

2. Una premessa metodologica	191
3. Il culo come costruito sociale	192
4. Culo come curva, cornice e tentazione	205
5. Il consumatore scarafaggio	206
6. Culi utensili	207
7. Le derive volgari	211
8. Poppe e prue	212
9. Sull'uso dei culi di colore	214
10. Il paradigma «padre, padrone, padreterno»	215
11. Conclusioni	216
<i>Le autrici</i>	221