

La cultura della celebrità circonda ormai molti degli ambiti della quotidianità: dalla diffusa fascinazione per i costumi del cinema alle fiorenti investigazioni sull'intreccio tra divismo e *haute couture*, al più recente interesse per forme "branded" di notorietà disseminate nella società contemporanea grazie ai media digitali.

La celebrità è prodotto industriale ma, nell'epoca dei *social media*, può configurarsi come un fenomeno che nasce dal basso. Si moltiplicano le piattaforme di distribuzione della visibilità personale (il *self-branding* cross-mediale di personalità ibride, i *fashion-bloggers* che creano tendenze, i *trend-setters* che trasformano in star ragazze che si autopromuovono su Facebook). Performance, meccanismi di credibilità e *appeal* subiscono mutamenti connessi alle trasformazioni del rapporto tra individui e oggetti, nel contesto di una diversa accessibilità al lusso di cui il mercato della moda è protagonista.

Facendo il punto degli studi accademici sulle matrici culturali della celebrità nel panorama contemporaneo (che nell'ambito mediologico hanno dato vita a riviste dedicate), la giornata di studi tratterà percorsi storico-critici attivando un dialogo con studiosi di media, giornalisti e rappresentanti del settore della moda.

Today, celebrity culture expands into a myriad of phenomena that intersect performance, style, fashion and communication. This is clear from the widespread interest in film costumes to the overlaps between stardom and haute couture. The celebrity is an industrial product, yet in the era of social media can take shape as a 'bottom-up' phenomenon. Platforms of personal visibility have multiplied (e.g. cross-media self-branding, fashion bloggers, or trend-setters). Credibility and appeal have undergone changes, particularly in the context of a different mode of access to luxury products and lifestyles, where the fashion market is a driving force. This study day will map out diverse approaches to celebrity culture stimulating a dialogue among media scholars, journalists, and representatives from the fashion sector.

ALMA MATER STUDIORUM
Università di Bologna

DIPARTIMENTO DELLE ARTI
La Soffitta
Centro di promozione teatrale
info: tel. 051 20 92 400 | www.dar.unibo.it

Organizzazione e logistica
Cronopios
tel. 051 22 44 20 | info@cronopios.it

Comunicazione
LauraBpress c/o Cronopios
tel. 051 20 92 053 | cell. 329 21 58 045
darvipem.comunicazione@unibo.it
info@laurabpress.com

Editing e promozione
tel. 051 20 92 410
darvipem.editingepromozione@unibo.it



CELEBRITIES

FASHION, BRANDING, PERFORMANCE NELL'ERA DEI SOCIAL MEDIA

GIORNATA DI STUDI

a cura di Sara Pesce, Roy Menarini, Antonella Mascio

KEYNOTE

Pamela Church Gibson

Ingresso libero | Lingue: italiano e inglese

LA SOFFITTA

Centro di promozione teatrale

Data

18/11/2015
dalle ore 9.15

Luogo

DIPARTIMENTO DELLE ARTI
Salone Marescotti
via Barberia 4
Bologna



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
DIPARTIMENTO DELLE ARTI
VISIVE PERFORMATIVE MEDIALI
LA SOFFITTA
CENTRO DI PROMOZIONE TEATRALE

PROGRAMMA

9.15 Saluti

Introduzione

a cura di Sara Pesce, Antonella Mascio, Roy Menarini

1) CELEBRITY AND FASHION

10.00 Paola Brembilla (Università di Bologna)
Suit Up. The Use of RTW Power Suits in TV Series

10.20 Silvia Vacirca (Richmond University)
Famous For Not Being Famous: Céline, Internet Anonymity and the Road to Romanticism

10.40 Marta Martina (Nuova Libra Editrice, Università IULM)
Anticelebrity. The Role of Celebrities in Fashion Production

Discussione

11.15 Keynote

Pamela Church Gibson (London College of Fashion, University of the Arts)
Celebrity and Change, in Film and Fashion

Discussione

2) FASHION AND JOURNALISM

12.20 Roselina Salemi (giornalista di «La Stampa» e «L'Espresso», esperta di tendenze e comportamenti sociali)
Celebrità liquida: essere famosi perché si è famosi. Dal caso della famiglia Kardashian al fenomeno delle it-girl

13.00 Pausa pranzo

PROGRAMMA

3) FILM STUDIES E STARDOM

14.15 Cristina Jandelli (Università di Firenze)
Nicole Kidman e Meryl Streep attraverso i servizi fotografici di Annie Leibovitz

14.35 Giulia Carluccio/Mariapaola Pierini (Università di Torino)
I corpi di Bond. Celebrities, pubblicità, politica

14.55 Andrea Minuz (Università di Roma La Sapienza)
High Culture & Celebrities. Il caso Leopardi e le strategie di marketing de Il giovane favoloso

Discussione

4) PRESENTAZIONE

15.35 Presentazione del numero 581 di «Bianco e Nero» e del monografico *Stardom – Nel paese degli antidivi* con i curatori Giulia Carluccio e Andrea Minuz, alla presenza di Giacomo Manzoli e Roy Menarini

16.00 Pausa caffè

5) AUDIENCE, MARKETING, POP CULTURE

16.20 Mariagrazia Fanchi/Maria Luisa Bionda (Università Cattolica del Sacro Cuore)
Il falò delle vanità. Social Media e Old Celebrities

16.40 Romana Andò (Università di Roma La Sapienza)
The Ordinary Celebrity. Italian Young Vloggers and the Definition of Girlhood

17.00 Federico Boni (Università di Milano)
Pop Culture, Celebrities, Media

Discussione

18.15 Conclusione dei lavori