

H-ermes. Journal of Communication
N. 5 - 2015

Indice

MERCI

- GABRIELE SCHIMMENTI
Marx, le merci e l'opera d'arte p. 7
- ALBERTO ABRUZZESE
Appunti su Pornografia, Persona, Vocazione, Professione p. 21
- MARGARITA ANTÓN CRESPO
Comunicación Sensacionalista. La prensa del corazón en España p. 31
- DAVIDE BORRELLI
Questo non è un articolo ... La mercificazione del lavoro universitario p. 55
- VANNI CODELUPPI
La società dello spettacolo di Debord: verso lo Spettacolare Integrato p. 75
- GIOVANNI SPAGNA
Capacità umane e sviluppo. Dall'approccio dei basic needs alla spettacolarizzazione del cibo-merce p. 85
- STEFANO CRISTANTE E FRANCESCO FILOTICO
Le grandi fiere medievali e l'origine della merce moderna p. 97
- ELENA TAVANI
Se lo spazio è denaro: installazioni multimediali e scambio relazionale p. 113
- SARA BERETTA
"Guardare un leopardo da una canna di bambù": la generazione cinese post-'80 tra individualismo e consumo p. 125
- LUDOVICO DE BONIS
Le due realtà parallele della musica: l'analogico e il digitale p. 147
- FRANCO AURELIO MESCHINI
Il libro come merce p. 169
- EUGENIO IMBRIANI
La Notte della taranta tra ricerca-spettacolo e merce-spettacolo p. 179
- STEFANO MARTELLA
Barocco a luci rosse. Sesso e prostituzione a Lecce p. 191
- PERCORSI DI RICERCA** p. 205
- ANTONIO RAFELE
Conoscere per minuzie. Elementi di gnoseologia in Kierkegaard, Benjamin e McLuhan p. 207

