Indice

p. 7 Introduzione

Creare immagini, riflettere sulle immagini
prima parte

15 Capitolo 1

Immagini parassita, creatività e visual marketing

1.1. Introduzione. Immaginario e immagine parassita, 15

1.2. Il concetto di autenticità, 27

1.3. Il buongusto è solo un'abitudine visiva, 38

1.4. Il paradosso della novità, 46

1.5. Il centro di un immaginario è sempre vuoto: il perbenismo visivo, 60

1.6. Conclusione. Immaginare immagini per far immaginare, 72

81 Capitolo 2

Visual Ethics: il *continuum* di una riflessione critica

2.1. Introduzione. Il video-verso ha una morale?, 81

2.2. Un mondo fatto a immagine e verosimiglianza, 84

2.3. Per un'ecologia del visuale, 89

- 2.4. Questioni dell'essere: morti sono tutti gli dèi, 95
- 2.5. Questioni del manifestarsi: l'immaginazione al potere, 103
- 2.6. Principi, conseguenze, virtù, 121
- 2.7. Conclusione. Dal pensiero critico all'azione, 134

Aprire l'obiettivo sulla ricerca IUSVE
seconda parte

- p. 143 Capitolo 3
Immagini post-moderne e cultura visuale
 - 3.1. Introduzione. Oggetti, immagini ed emozioni 3.0, 143
 - 3.2. Testo *vs* immagine, 145
 - 3.3. L'immagine come oggetto culturale, 155
 - 3.4. Storie e geografie di un'immagine, 168
 - 3.5. Vedere le immagini, 174
 - 3.6. Ricerca IUSVE: un'esperienza fenomenologico-visiva, 185
 - 3.7. Conclusione. Pratiche di consumo visivo, consigli per l'uso, 199
- 213 Conclusioni a margine della ricerca IUSVE
- 231 Autori