

# 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

# Introduzione

di Paolo Schianchi

A chi non è capitato di entrare in un ambiente di studio o di lavoro ed essere circondato da persone vestite di nero. A me succede in molti corsi, specialmente all'università. Si sarà notato come tutti, indistintamente dal genere, abbiano quell'atteggiamento, quell'espressione sul volto, che sembra comunicarti: sono intelligente, attento a quello che dici, ti sto giudicando. Immane, almeno nel mio caso, provo un senso di timore. Poi, approfondendo la conversazione, il più delle volte, si scopre di non essere proprio in presenza di quegli intellettuali ipotizzati al primo impatto visivo.

Quanto appena descritto è un esempio di come agiscono le immagini parassita, le quali, bypassando il nostro senso critico, da un lato convincono chi veste di nero di essere considerato un intellettuale, assumendone i cliché, mentre dall'altro lo fanno riconoscere come tale, anche quando non lo è. Io stesso, in casi di questo tipo, per alcuni minuti, dimentico di essere un docente di visual communication e quindi di conoscerne i meccanismi.

Questo testo, frutto di una ricerca svoltasi nel 2020 presso lo IUSVE, l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia e

Verona, identifica appunto l'origine, la storia, il comportamento, l'etica e la diffusione delle immagini parassita con il faro puntato sulla fashion communication. Un tema di studio, legato alla cultura visuale, che ha preso le mosse da una ricerca datata 2017, svoltasi sempre presso lo stesso istituto universitario, in cui ho identificato per la prima volta una tale tipologia di immagini. Studio proseguito con la tesi di laurea magistrale in Creatività e design della comunicazione di una mia laureanda, Jessica Gobbo, intitolata *Immagini parassita: quando la comunicazione incontra il consumismo visivo*, discussa con lode nel marzo 2019. Infine, l'argomento è stato sviluppato in un progetto di ricerca di tipo scientifico e sperimentale, durato un anno e mezzo (2019-2020), sempre finanziato dell'Istituto Universitario Salesiano di Venezia e Verona, e condotto da me, in qualità di direttore della ricerca, affiancato dalla professoressa Mariagrazia Villa, quale ricercatrice senior, e dalla dottoressa Jessica Gobbo come ricercatrice junior.

Un percorso che, oltre a un'approfondita ricerca bibliografica, ci ha visti impegnati nell'ideazione e sviluppo di due focus group, utili a riscontrare sul campo quanto le immagini parassita siano diffuse nella comunicazione contemporanea. Si è così potuto identificare il punto nodale dell'indagine a cui dare delle risposte con questo volume, ovvero il rapporto fra immagini parassita, creatività ed etica. Inoltre, la scelta di declinare la ricerca in ambito fashion, ha permesso di rendere visibile quanto analizzato, nonché di fornire uno strumento di lavoro a chi si occupa della sua comunicazione. Ma, a ben vedere, un risultato teorico-critico utile anche ad altri rami dell'informazione visuale, che essi siano di tipo commerciale, sociale o giornalistico.

Prima di proseguire, va chiarito il perché dell'uso di immagini "parassita", anziché "parassite". Non si tratta di un errore grammaticale, ma di una ponderata scelta lessicale, in quanto le immagini, in questo ambito di studio, divulgano una sola forma di parassitismo. In altre parole, tutte le immagini possiedono e trasmettono la stessa tipologia di parassita. Da qui, per non creare ulteriore confusione, si è deciso di enfatizzare un tale stato, utilizzando appunto, anche per il plurale, la forma "immagini parassita".

Nel suo insieme il testo, metaforicamente, si sviluppa come una sfilata di moda, in cui nel primo saggio si ammira l'immagine di quanto prodotto, ossia l'origine e la storia delle immagini parassita, per poi metterne in luce, con il secondo e il terzo, il *backstage*, in questo caso l'agire etico e la diffusione delle stesse. Per facilitare la lettura, il volume è stato diviso in due parti: la prima dedicata alla creazione e alla riflessione sulle immagini parassita, la seconda incentrata sulla ricerca svoltasi presso l'istituto universitario veneziano.

La prima parte si apre con un mio saggio di tipo storiografico. Al suo interno viene restituita la creazione e l'evoluzione degli immaginari in ambito moda. Un percorso sviluppato attraverso una lettura trasversale della loro restituzione visiva, al fine di identificare nelle immagini parassita un nuovo tassello, al tempo stesso banale e creativo, della comunicazione visuale. In seguito, il saggio affronta il paradosso contemporaneo del concetto di novità, analizzando le raffigurazioni di e per il fashion system attraverso i temi dell'autenticità e dell'abitudine visiva al buongusto. In conclusione, quale prodotto della continua esposizione ai media digitali e frutto delle immagini parassita, viene rico-

nosciuto nel perbenismo visivo un ulteriore elemento della grammatica visuale contemporanea.

Il percorso critico prosegue con l'intervento di Mariagrazia Villa, il primo saggio in lingua italiana dedicato alla visual ethics. La docente parte dalla trasformazione del mondo in immagine del mondo, soprattutto dopo la rivoluzione digitale e l'emergere della realtà virtuale e aumentata, per indagarne la posta morale in gioco. Dopo aver dimostrato come sia necessario fondare filosoficamente e giustificare un'etica della comunicazione visiva, passa al setaccio le questioni etiche legate allo statuto ontologico delle immagini e quelle connesse al manifestarsi specifico dei prodotti visivi, in particolare nella comunicazione di tipo persuasivo e nel fashion system. Conclude, indicando le possibili prassi per un comportamento morale nel nostro rapporto con le immagini, indipendentemente dall'interesse di cui siamo portatori.

La seconda parte del libro apre l'obiettivo sulla ricerca IUSVE con un saggio di Jessica Gobbo. L'autrice parte da una riflessione sul rinnovato statuto dell'immagine in epoca postmoderna, ponendo l'accento rispetto al suo rapporto con il testo e la quotidianità dell'uomo stesso. In questo modo evidenzia come una mancata alfabetizzazione visiva possa limitare la capacità creativa di ogni comunicatore. E lo fa attraverso un'indagine delle strutture su cui si fonda l'immagine, come oggetto culturale, in modo da chiarire quali elementi ne determinano l'interpretazione, soprattutto in ambito moda. In definitiva, i presupposti per affrontare il lavoro di ricerca e comprenderne appieno la struttura, della quale l'autrice racconta tecniche, metodologia e strumenti di svolgimento utilizzati. In conclusione, alla luce di quanto

emerso in fase di ricerca, la ricercatrice definisce il significato di immagine parassita, determinandone ruolo e implicazioni nella cultura visiva contemporanea, fornendo delle possibili soluzioni creative per la fashion communication.

Il volume si chiude con le riflessioni, a margine della ricerca compiuta, tratte da me e da Villa, in cui si conferma che, più gli osservatori negano di aver interiorizzato delle immagini parassita, più ne sono carichi, perché ciò che manca loro è un pensiero critico che si trasformi in un atto di visione consapevole.



**Creare immagini,  
riflettere sulle immagini**

prima parte



## Capitolo 1

# Immagini parassita, creatività e visual marketing

di Paolo Schianchi

### 1.1. Introduzione. Immaginario e immagine parassita

Tra il 1930 e il 1933 Christopher Isherwood (1904-1986), durante il suo soggiorno berlinese, scrisse il romanzo semi-autobiografico *Addio a Berlino*. In apertura del primo capitolo, intitolato *Un diario berlinese (autunno 1930)*, riporta: «sono una macchina fotografica con l'obiettivo aperto, completamente passiva, che registra e non pensa. Registro l'uomo che si fa la barba alla finestra dirimpetto e la donna in kimono che si lava i capelli. Un giorno tutto questo andrà sviluppato, stampato con cura, fissato» (Isherwood 1939, p. 13).

Siamo in pieno declino della Repubblica di Weimar, un tempo che a quasi cent'anni di distanza appare lontano. Eppure, in questa frase si può rintracciare quanto oggi ci lega al concetto di immaginario e al suo rapporto con le immagini parassita<sup>1</sup>.

1. Vanno qui chiariti i riferimenti ai concetti di immaginario e immagine parassita. Per immaginario, in questo contesto di analisi, si fa riferimento all'interazione critica fra due definizioni. La prima, più corposa, del filosofo francese Jean-Jacques Wunenburger, quando nel testo *L'immaginario* riporta: «correrà

Si faccia un balzo temporale per arrivare al 1972, quando Liza Minnelli fu la protagonista di *Cabaret*. Un film con la regia di Bob Fosse, vincitore di molti premi, fra cui otto Oscar, ispirato dal citato libro di Christopher Isherwood che, a sua volta, era già stato fonte del testo teatrale *I'm a Camera* di John William Van Druten. Ed è così che le atmosfere della Repubblica di Weimar dalle parole del romanziere americano si sono trasformate in immagini, per poi giungere a noi in una piacevolezza visiva in grado di toccare pure le nuove piattaforme televisive. Si pensi per esempio alla miniserie *Babylon Berlin* che pur non essendo ispirata o tratta dal lavoro di Christopher Isherwood, ma dai libri di Volker Kutscher, riporta quelle stesse atmosfere in cui il piacere è tutto nell'osservare e lasciarsi osservare per immaginare.

In tanto fluire di raffigurazioni, si torni a quanto scritto in apertura di *Addio a Berlino*, dove l'autore si definisce: «una

dunque definire come *immaginario* un insieme di produzioni, mentali o concretizzate in opere, a base visiva (quadri, disegni, fotografie) e linguistica (metafore, simboli, racconti), in grado di formare degli insiemi coerenti e dinamici, che pervengono, a partire da una funzione simbolica, al senso di un *incastro* di senso proprio e figurato» (Wunenburger 2002, p. 19). Corsivo dell'autore. A cui si aggiunge: «l'immaginario è concepito come un tessuto di immagini passive e soprattutto neutre, prive di una vera e propria esistenza» (*ibidem* p. 21). La seconda del filosofo sloveno Slavoj Žižek, quando nel testo *Che cos'è l'immaginario* afferma: «l'immaginario è la forma primordiale di racconto, che serve per nascondere alcuni punti morti originari» (Žižek 1997, p. 29). Corsivo dell'autore. Le immagini parassita, invece, sono state da me individuate per la prima volta nell'ambito di una ricerca svoltasi presso lo IUSVE, l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia e Verona, nel 2017. «Si tratta di raffigurazioni talmente radicate in te da non accorgerti nemmeno della loro presenza. Queste, infatti, nel momento in cui inizi a considerarle belle e di gusto, si annidano nel tuo immaginario, riuscendo a farti passare informazioni senza che te ne accorga. Ovvero eludono ogni tua possibile domanda sulla profondità del loro messaggio» (Schianchi 2018, p. 74). Definizione ampiamente tratta in questo volume al paragrafo 3,6 intitolato: *Ricerca IUSVE: un'esperienza fenomenologico-visiva*.

macchina fotografica con l'obiettivo aperto, completamente passiva, che registra e non pensa» (*ibidem*). In definitiva, parole che anticipano il contemporaneo rapporto con le immagini: le guardiamo, le lasciamo entrare in noi, senza pensare, passivi e ignari di quanto modifichino la percezione di un momento storico, di uno stile, di un linguaggio, di un'idea ecc. Allora, da quel lontano 1930 non è tanto cambiato il contenuto, ma due aspetti culturali. Prima di tutto il fatto che siamo traghettati definitivamente nella cultura visuale<sup>2</sup>, in cui le immagini hanno sostituito, almeno in diversi campi della comunicazione, le parole. In seconda battuta quell'atteggiamento passivo, anticipato da Christopher Isherwood, è divenuto l'origine di quegli immaginari che hanno impregnato di immagini parassita ognuno di noi, in particolare dopo la diffusione dei new media.

Per comprendere meglio, si passi alla seconda parte della frase: «registro l'uomo che si fa la barba alla finestra dirimpetto e la donna in kimono che si lava i capelli» (*ibidem*). Ovvero immagini in forma di parole.

A chi, leggendole, non viene in mente un uomo, probabilmente in canottiera, con le bretelle e i calzoncini a vita alta, illuminato dalla luce del mattino mentre si rifrange nello specchio appeso alla maniglia della finestra? Virilmente compie un gesto quotidiano, avvolto da colori vibranti e sfumati, anche se il bianco lucente domina su tutto. A ben pensarci, descritto in questo modo, quanto differisce da un hipster immortalato in una pubblicità? Oppure da un ser-

2. Per la definizione di cultura visuale, in questo ambito di analisi, si fa principalmente riferimento al testo di W.J. Thomas Mitchell (2017), a cui si affianca il saggio di Simone Furlani, intitolato *I visual studies: critica e ideologia dell'immagine?* Contenuto nel volume Dalpozzo C., Negri F., Novaga A. (2018).

vizio apparso su di una rivista di moda maschile? Probabilmente nessuna.

Ora si passi a lei, qui i colori si fanno pastellati, dove l'assenza di ombre e le tonalità medio alte danno all'immagine un senso di sogno. Ovviamente il kimono, pur rimandando all'epoca in cui è stata scritta la frase, visivamente si contamina della contemporaneità. La stessa in cui aleggiavano le ormai sue infinite versioni, monocrome, stampate o ricamate. Un capo d'abbigliamento che allude alla sensualità domestica, mai sfacciata, in un certo senso quasi colta. Ma si torni al gesto, altrettanto sensuale, che compie: si lava i capelli. Questi inevitabilmente li si immagina lunghi e fluenti. Pure in questo caso quanto differisce da un video promozionale o uno scatto postato su Instagram? Ci si può solo ripetere: probabilmente nessuna. Al limite in piccoli dettagli, quelli in grado di renderla più o meno intellettuale<sup>3</sup>. In verità, però, questi ultimi dipendono solamente dal nostro vissuto, dalle immagini che nel corso della vita si sono incontrate.

Quanto appena riportato è un esempio di come funziona il rapporto tra immaginario e immagini parassita, il cui catalizzatore si trova nella piacevolezza visiva propria di queste ultime, in quanto capaci di scatenare un ricordo in chi guarda. Attenzione però, quest'ultimo non è il frutto di una fantasia individuale, ma di un insieme di immaginari giunti alla nostra epoca, quella ormai votata alla pura visione. Un processo che funziona come una clessidra, in cui

3. Per più o meno intellettuale in questo contesto si fa riferimento alla percezione delle immagini. Queste, infatti, negli osservatori assumono significati differenti in funzione delle cromie, delle inquadrature, dell'autore e del luogo in cui vengono diffuse, oscillando fra raffigurazione di un pensiero compositivo e pura ripresa casuale.

l'uno alimenta l'altro, facendo scendere l'arena dal contenitore dell'immagine parassita in quello dell'immaginario, per poi essere subito capovolta, ribaltandone la provenienza. Un fluire della sabbia, insomma, che scandisce un tempo non lineare, perché racchiuso nel continuo scorrere dall'immaginario all'immagine parassita e viceversa.

Non a caso Christopher Isherwood conclude la frase, che ha dato spunto a questa riflessione, con: «un giorno tutto questo andrà sviluppato, stampato con cura, fissato» (*ibidem*).

E oggi come possiamo farlo, dato che tutto è diventato immateriale come un file e senza tempo come la rete? Nella nostra memoria, perché è proprio l'uomo il primo medium in cui le immagini accadono<sup>4</sup>.

In effetti in ogni lettore, le stesse parole dello scrittore americano, nel giorno stesso in cui le legge, “sviluppano”, “stampano” e “fissano” delle raffigurazioni. Così come le immagini, mentre si sfoglia una rivista o si fruisce di una pagina web, vengono “sviluppate”, “stampate” e “fissate” in chi le guarda. A ben vedere quindi è nel pensiero che immagine parassita e immaginario lavorano per far apparire quanto si

4. Teoria ampiamente trattata dallo storico dell'arte tedesco Hans Belting in *Antropologia delle immagini*. Nel capitolo *Mezzo-immagine-corpo. Un'introduzione al tema*, a tal proposito afferma che: «le nostre immagini interiori sono sempre di natura individuale. Tuttavia, se sono di origine collettiva, diventano per noi così interiorizzate che le consideriamo come immagini propriamente nostre» (Belting 2002, p. 32). Tematica ripresa anche nel saggio intitolato *Immagine, medium, corpo*, presente miscellanea a cura di Andrea Pinotti e Antonio Somaini *Teorie dell'immagine. Il dibattito contemporaneo*. In questo caso Hans Belting riporta: «le immagini sono come dei nomadi poiché si spostano da un medium all'altro [...] Immagine e medium sono entrambi legati al corpo, che deve essere considerato come un vero e proprio terzo parametro» (Pinotti, Somaini 2009, p. 85).

vede piacevole e di gusto, al di là del senso critico di ogni osservatore.

Per comprendere meglio, si riporti la mente all'uomo e alla donna che appaiono in apertura di *Addio a Berlino*: come appurato, è facile farli slittare nella contemporaneità, al preciso scopo di modificare la percezione estetica di un determinato tipo di pubblico. Ed è in un tale cambiamento che si trova il principio base di ogni immagine parassita, in particolare da quando l'immaginario da cui deriva, o dà origine, è stato contaminato dai media visivi contemporanei. Allora, se si chiede a qualcuno di raccontare un'immagine raffigurante il divertente disagio artistico di inizio anni Trenta del Novecento, probabilmente la maggior parte degli intervistati non si rifarebbe all'opera di Christopher Isherwood, ma all'immaginario che ha prodotto. Ed ecco apparire nel pensiero dei più, quasi magicamente, un puzzle di raffigurazioni, che spaziano da Liza Minnelli in *Cabaret* a *Babylon Berlin*, però riassunte in una sola raffigurazione mentale: quella che li ha parassitati. A costo di ripetersi, questa si compone nell'immaginazione, nel corpo come primo medium, perché ritenuta bella, di gusto e autentica.

Quanto riportato è una sintesi della complessità che si trova a monte di un tale processo, ma è utile per comprendere sin a che punto siano presenti gli immaginari e le immagini parassita nel pensiero di ognuno. In un certo senso funziona come quando si immagina la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento, immediatamente, la maggior parte vede in bianco e nero. Atteggiamento della memoria che non accade se si pensa al Settecento, in quanto quel periodo apparirà colorato, luminoso, dai cieli azzurri pieni di nuvole e sicuramente con qualche sprazzo d'oro.