
Indice

Introduzione	pag.	7
1. L'immaginario nella moda	»	11
1. Tra immaginario, immaginifico e immaginazione: la sostanza dei sogni nella moda	»	11
1.1. Lusso e moda: sogno di un mondo immaginifico	»	12
1.2. L'immaginario e la fascinazione dell'immaginifico. Il ruolo dei <i>fashion addicted</i>	»	14
1.3. Immaginari di stile: dal cinema alla moda e ritorno	»	19
2. <i>Feticismo e furia</i> delle immagini nell'era digitale. E la moda?	»	25
2.1. Le immagini oggi: i nuovi prodotti di consumo	»	25
2.2. Le immagini e l'autenticità digitale	»	29
3. Le immagini nella moda	»	32
3.1. Dalla fotografia alla immagine della moda digitale	»	33
3.2. Un nuovo format digitale: i fashion film	»	39
2. Fashion film: la moda fra estetica e narrazione	»	45
1. Fashion film: raccontare l'immaginario della moda digitale	»	45
2. Fashion film ed estetica	»	52
2.1. La ricerca estetica nella moda	»	52
2.2. Simbolismo e narrazione	»	56

3. Trasporto emotivo ed estetica narrante	pag. 61
4. Codici estetici: i temi narrativi della moda	» 63
4.1. Il codice estetico del <i>burlesque</i>	» 64
4.2. Il codice estetico del <i>ritrattismo</i>	» 69
4.3. Il codice estetico del <i>grottesco</i>	» 72
4.4. Il codice estetico dell' <i>astrattismo digitale</i>	» 77
3. Fashion film: uno strumento di digital branding	» 81
1. <i>Transmedia branding</i> : l'approccio strategico nella post-advertising era	» 81
2. La narrativa digitale e i fashion film	» 87
3. I fashion film nel processo di branding	» 90
3.1. Raccontare una storia	» 92
3.2. Disegnare una personalità	» 95
3.3. Creare un'atmosfera	» 99
3.4. Il modello di visual identity	» 101
4. <i>Spreadable media</i> : il ruolo delle OBC (Online Brand Community)	» 106
4. Fashion film: narrativa di marca e social media	» 112
1. <i>Digital media economy</i> e fashion film	» 112
2. Narrativa di marca e social media: quale engagement	» 116
2.1. Le storie digitali: storytelling e storydoing	» 117
2.2. YouTube o Instagram?	» 120
2. Louis Vuitton, fashion film e tipi di engagement	» 125
3.1. LV, Towards a Dream	» 128
3.2. LV, Zendaya e Murakami	» 130
3.3. Dal target alla community: individuare e coinvolgere l'utente-tipo	» 132
3.4. Tipi di engagement: alcuni risultati della ricerca	» 135
5. Conclusioni: la voce agli autori	» 142
1. I registi dell'immaginario della moda	» 142
2. Augusta Quaynor	» 143
3. Luca Finotti	» 154
Riferimenti bibliografici	» 161