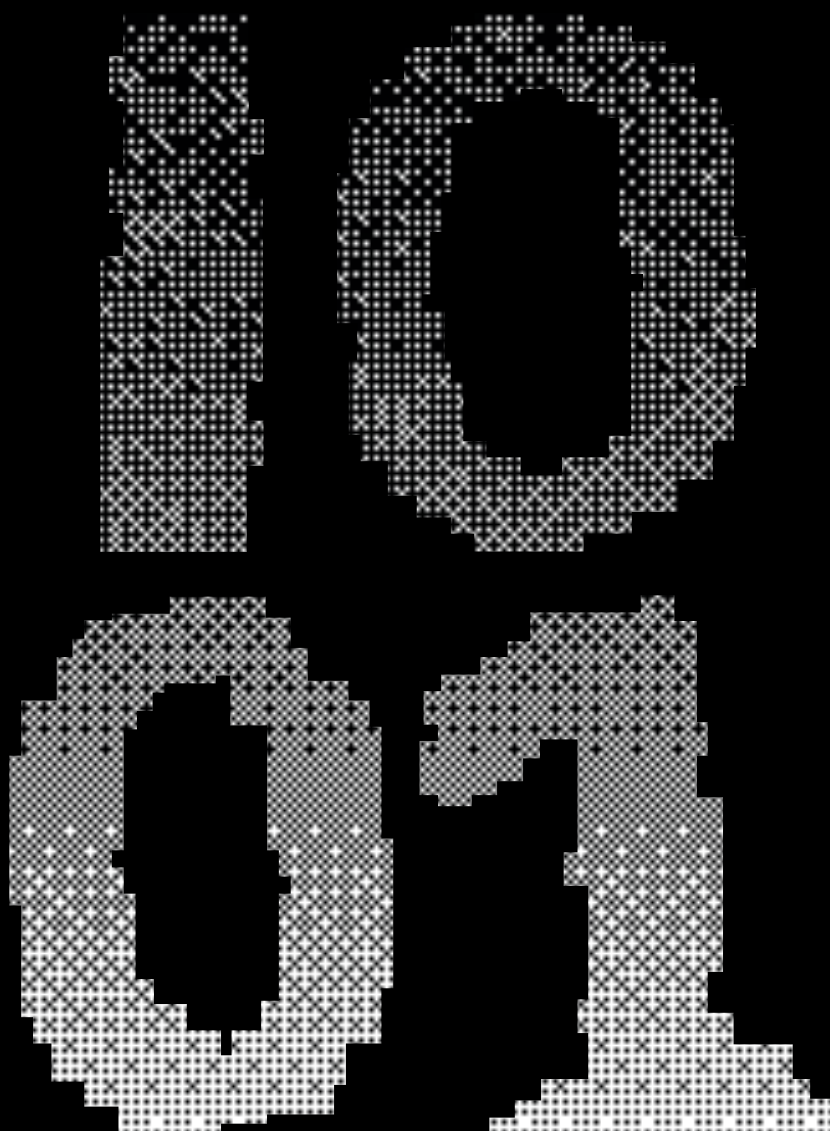




**Saggi accademici | Impresa, tecnologia, società  
Arti, ricerche, azioni | Dibattito contemporaneo**

## N°5 | ottobre 2024

### Direttore scientifico

**Massimo Tantardini**

### Comitato Direttivo

**Paolo Benanti** (straordinario di teologia morale, Pontificia Università Gregoriana; presidente della Commissione AI per l'informazione e membro del New Artificial Intelligence Advisory Board delle Nazioni Unite); **Alessandro Ferrari** (Phoenix Informatica, partner del Consorzio Intellimech - Kilometro Rosso Innovation District di Bergamo; Presidente di Fondazione comunità e scuola, Brescia); **Giovanni Lodrini** (amministratore delegato Gruppo Foppa, Brescia); **Laura Palazzani** (ordinario di Filosofia del diritto, Università LUMSA di Roma; Vicepresidente del Comitato Nazionale per la Bioetica); **Riccardo Romagnoli** (già direttore dell'Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia e dell'ITS Machina Lonati di Brescia); **Paolo Sacchini** (capo dipartimento Comunicazione e didattica dell'arte; coordinatore della Scuola di Arti visive contemporanee; vicedirettore di Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia); **Giacomo Scanzi** (già direttore del «Giornale di Brescia»); **Marco Sorelli** (copywriter e consulente per la comunicazione strategica aziendale; docente di Fenomenologia dell'immagine e di Comunicazione pubblicitaria, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia); **Carlo Susa** (capo dipartimento Progettazione arti applicate; coordinatore della scuola di Scenografia, docente di Storia dello spettacolo, Tecniche performative per le arti visive e Psicosociologia dei consumi culturali, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia e di Storia dello spettacolo, Scuola del Teatro Musicale di Novara); **Massimo Tantardini** (capo dipartimento Arti visive; coordinatore della Scuola di Grafica e comunicazione; docente di Fenomenologia dell'immagine, Tecniche grafiche speciali II - Editoria e redazione, Linguaggi dell'arte contemporanea, Cultura visuale, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia).

### Consiglio scientifico

**James Bradburne** (già direttore generale della Pinacoteca di Brera e della Biblioteca Braidense); **Edoardo Bressan** (ordinario di Storia contemporanea, Università di Macerata); **Jarek Bujny** (Graphic design laboratory, Visual communication, Institute of Fine Arts, Art Department, University of Warmia and Mazury in Olsztyn, Poland); **Anugoon Buranaprapuk** (professor and head of Fashion design department, Silpakorn University, Bangkok, Thailandia); **Antonello Calore** (già ordinario di Diritto romano e primo direttore del centro di ricerca University for Peace, Università di Brescia); **Mauro Ceroni** (associato di Neurologia, Sezione di Neuroscienze cliniche Università di Pavia, Direttore Unità operativa struttura complessa Neurologia Generale IRCCS Fondazione Mondino, Pavia); **Marta Delgado** (professor of Photography Projects Methodology and Final Project at the Studies of Photography, Escuela de Arte y Superior de Diseño Gran Canaria, Spain); **Camillo Fornasieri** (direttore del Centro culturale di Milano); **Marialaura Ghidini** (docente e responsabile del programma master in Pratiche Curatoriali, Scuola di Media, Arte e Scienze, Srishti Institute of Art, Design and Technology, Bangalore, India); **Filippo Gomez Paloma** (ordinario Didattica e Pedagogia speciale, Università di Macerata); **Stefano Karadjov** (Direttore Fondazione Brescia Musei); **Lorenzo Maternini** (specialista in Technology-Enhanced Communication for Cultural Heritage, Vice Presidente di Talent Garden); **Paolo Musso** (associato in Scienza e fantascienza nei media e nella letteratura, Università dell'Insubria, Varese); **Carlo Alberto Romano** (associato di Criminologia, Università di Brescia; Prorettore per l'Impegno Sociale per il Territorio, direttore del centro di ricerca U4P di UniBS); **Davide Sardini** (fisico, esperto in natural language processing, docente di Fondamenti di informatica e di Sistemi interattivi, Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia); **Studio Azzurro** (collettivo di artisti dei nuovi media, fondato nel 1982 da Fabio Cirifino, Paolo Rosa e Leonardo Sangiorgi a Milano); **Fabio Togni** (associato di Pedagogia generale e sociale, Università di Firenze).

Gruppo editoriale

# Studium

**Redazione:**

**Francesca Rosina, Paolo Sacchini, Marco Sorelli,  
Carlo Susa, Massimo Tantardini.**

**Sara Baricelli**, ex studentessa, laureata in Grafica e Comunicazione. **Alessandro Mondini**, studente, biennio di Comunicazione e Didattica dell'Arte. **Cecilia Agostini**, studentessa, triennio di Didattica dell'Arte. Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia.

**Assistente di redazione e Visual Designer**

Sara Baricelli

**Editing e Web Editor**

Alessandro Mondini

Per questo numero una menzione agli studenti e alle studentesse del II anno del Biennio Specialistico in Grafica e Comunicazione nell'a/a 2023-2024 (Eleonora Blandini, Carlo Casetta, Luca Cimarosti, Michela Ferretto, Nicole Pilati) per aver realizzato il carattere tipografico IO01!-Wavy utilizzato in questo numero nella sezione 2. Tale progetto è stato elaborato durante il corso biennale Tecniche Grafiche speciali II tenuto dai docenti Andrea Amato e Massimo Tantardini.

Il naming della testata nasce da un'idea degli ex studenti: Guglielmo Albesano, Virna Antichi, Alessandro Masoudi, mentre frequentavano il Biennio Specialistico in Grafica e Comunicazione nell'a/a 2019-2020. Il visual concept del numero 0 del periodico è stato ideato dall'ex studente Alessandro Masoudi nell'a/a 2019-2020, il design grafico e l'impaginazione dalle ex studentesse Sara Baricelli, Giulia Bosetti, Elena Gandossi, Francesca Mucchetti (a/a 2020-2021).

Visual in copertina da un'idea di Pietro Macri (studente del I anno del Biennio Specialistico in Grafica e Comunicazione a/a 2023/2024 di Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia)

Font: Zenon - Proxima Nova - Input Serif Compressed - Gridular - Bitcount - IO01!-Wavy.

Un particolare ringraziamento a Cast, Cooperativa Anonima Servizi Tipografici.

Alcune traduzioni, keywords e immagini sono state elaborate sperimentando l'utilizzo di ChatGPT.

Periodico realizzato da Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia.

**Direzione, Redazione e Amministrazione**

**Edizioni Studium S.r.l.**, Via G. Gioachino Belli, 86 - 00193 Roma - Fax. 06.6875456 - Tel. 06.6865846 - 06.6875456 – Sito Internet: [www.edizionistudium.it](http://www.edizionistudium.it) Rivista in attesa di registrazione al Tribunale di Roma | Copyright 2024 © Edizioni Studium S.r.l. Direttore responsabile: Giuseppe Bertagna. Stampa: Mediagraf S.p.A., Noventa Padovana (PD). Ufficio Marketing: Edizioni Studium S.r.l., Via G. Gioachino Belli, 86 - 00193 - Tel. 06.6865846 - 06.6875456 - email: [gruppostudium@edizionistudium.it](mailto:gruppostudium@edizionistudium.it)

**Ufficio Abbonamenti:**

Tel. +39 041 27 43 914

e-mail: [abbonamenti@edizionistudium.it](mailto:abbonamenti@edizionistudium.it) sito:

[www.io01umanesimotecnologico.it](http://www.io01umanesimotecnologico.it)

**Abbonamento annuo 2024:**

Italia: € 32,00 - Europa e Bacino mediterraneo: € 45,00 - Paesi extraeuropei: € 60,00 - Il presente fascicolo € 19,00 copia cartacea, € 9,99 ebook digitale.

**Bonifico bancario a:**

BANCO SAN MARCO - GRUPPO BANCO POPOLARE

IT38Z05034 02070 000000003474

intestato a Edizioni Studium srl, Via G. Gioachino Belli, 86 - 00193 Roma (N.B. riportare nella causale il riferimento cliente).

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento totale o parziale, con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm), sono riservati per tutti i Paesi.

Fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5 della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRo, corso di Porta Romana n. 108, 20122 Milano, e-mail: [segreteria@aidro.org](mailto:segreteria@aidro.org) e sito web: [www.aidro.org](http://www.aidro.org). Contiene I.P.

**Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia**

[www.accademiasantagiulia.it](http://www.accademiasantagiulia.it)

Via Tommaseo, 49, 25128 Brescia (Italy)

Ente Gestore Vincenzo Foppa Soc. Coop. Sociale ONLUS

**ISSN 2785-2377**

## EDITORIALE

8

**(«Altre categorie estetiche») ... Quindi, quali funzioni?**

Massimo Tantardini

## SAGGI ACCADEMICI

12

**Out of sight, out of mind**

Andrea Facchetti

24

**Immagine, colore e memoria**

Davide Dall'Acqua

36 *Abstract*

**Per un'ermeneutica del regime digitale. Dall'immagine simulacro alla netnografia del lavoro agile**

Nicolò Atzori

38 *Abstract*

**L'arte di Sandy Skoglund tra natura e artificio: un'opera totale che unisce scultura, pittura, fotografia e digitale**

Milena Cordioli

40 *Abstract*

**Three Theses for a History of Automated Visual Labour**

Robert Zamboni

42 *Abstract*

**Immagini, foto stock e intelligenze artificiali**

Ciro Esposito

Online

**Morphing Memory: Medialità Offloading ed Estetiche Artificiali**

Sara Buoso

Online

**Tre passi tra oblio e memoria**

Fabrizio Saiu

Online

**L'immortalità dell'immagine**

Lorenzo Di Silvestro e Cristina Iurissevich

Online

**Il web al servizio di una memoria viva o di un eterno presente?**

**Breve nota critica**

Maria Serena Matarrese

## IMPRESA, TECNOLOGIA, SOCIETÀ

46

**Il Rosso e il Blu Festival: connessioni umane e tecnologiche**

a cura di Licia Zagni

50

**AB, tecnologia e umanesimo**

a cura di Andrea Cucchetti

54

**La costruzione della memoria digitale collettiva nei musei**

Edoardo Maria Castelli

58 *Abstract*

**Emozione analogica, memoria, creatività e immaginario digitale**

Marco Bucchieri

60 *Abstract*

**Nel labirinto delle immagini**

Maria Piera Branca

Online

**Muse 2.0, la creatività alla portata di un click**

Silvia Loricà

## ARTI, RICERCHE, AZIONI

64

«Dica, dica [...] Ma non più di quattro domande» Cit.

una rubrica a cura di Massimo Tantardini

74

**Unfold**

Domus Academy

84

**Design Across the Borders in Time of Global Crisis**

Design for Sustainability Lab (LDS)

92

**Marginale. L'illusione antropocentrica**

Milena Cordioli e Anna Piratti

98

**Arte e tecnologia, yin e yang nell'interazione uomo-macchina**

Claudia Rabaioli, Alessandra Grossi, Aurora Saibene, Francesca Gasparini

102

**MyPanino**

Silvia Naddeo

106

**Abbaglia e svanisci**

Riccardo Tesorini

108

**In memoria di me**

Luca Pannoli

110

**Is any-body okay?**

Elisa Muscatelli

112

**Memory from Heart**

Veronica Bergonzoni

114

**Visioni di visioni**

Simone Acquaroli

118

**L'effetto catabolico entropico e oblio della memoria**

Gabriele Strada

## DIBATTITO CONTEMPORANEO

126

**Si amplia il confronto critico e dialettico tra offline e online**

a cura di Marco Sorelli

128

**In rassegna**

a cura di Marco Sorelli

136

**Una recensione**

a cura di Robert Zamboni

138

**Alcune suggestioni bibliografiche**

a cura di Marco Sorelli

148

**Taking the dot for a walk**

Freya Marshall

154

**Noi siamo tecnologia**

intervista a Massimo Temporelli

a cura di Alessandro Mondini

160

**Call for papers n.6**

## Images, Stock Photos, and Artificial Intelligences

**Photography has shifted from documenting reality to being digitally generated. With the advent of AI, we are witnessing a direct change that could lead us to reconsider our relationship with images and their creation.**

By **Ciro Esposito**

**Keywords:** Representation of reality, Image manipulation, Visual clichés, Creativity, Digitization

With the advent of photography, reality becomes a function of the image. The image no longer represents reality, as it does with painting, but testifies to it, documenting it. It is concrete, pure, reliable.

“Of course it happened like that, we have the photo,” we implicitly admit that the actual existence of a certain event in the past is certified and verified [...] by its photographic representation[1].

Already in the early 1990s, with the ideas of W. J. Mitchell expressed in *The Reconfigured Eye*, people began to talk about the “death of photography,” and subsequently, “post-photography.” With the transition from analog to digital, photography is no longer considered a “pure” representation of reality. Theorists like Flusser speak of “traditional images,” which translate reality into analog, and “technical images,” which translate “texts,” understood as sequences of binary codes, into digital[2].

W. J. T. Mitchell, the almost namesake of W. J. Mitchell, does not see the transition from analog to digital as a break, but as a continuation. It has always been possible

to manipulate photographic images (and this has always been done), even before digital technology. In his essay *Realism and Digital Image*, W. J. T. Mitchell also questions the concept of realism. Realism does not belong to a specific medium. Photographs, and images in general, can be tools for representing reality, but they are not so by nature, whether they are analog or digital[3].

Today, with various services that allow the generation of a photograph (or any other type of image) through a text prompt, there is no longer any time gap between “the capture of reality (the input), its exhibition (the output), and its eventual subsequent manipulation (the editing)”[4].

There is no longer manipulation, only generation. Today, more than ever, W. J. Mitchell could say that the photographic image has truly lost any “adherence to the referent.” It has become a representation of reality, just as painting was once considered.

Speaking of the lack of “adherence to the referent,” both in the world before and after the digital turn, there is a type of image that has always been on the borderline. These represent a reality that does not exist, or rather, they represent a stereotyped reality. I am talking about stock images.



There was a time when I used stock images very frequently. I was working on projects that required many of them. We had several subscriptions to some of the most well-known online services. I spent an endless amount of time searching for the right one, which I could never find. At some point, I started seeing them everywhere, instantly recognizing them on book covers or in magazines.

I remember that in the studio where I worked, we enjoyed collecting and exchanging absurd photos from these libraries. With clichés we didn't understand how much they were driven by the market (the clients of these services) and how much they were inherent to the stock image industry.

In an article, following the controversy surrounding the Fertility Day campaign from a few years ago\*[5], journalist Michele Smargiassi spoke about the absence of a real referent in stock images:

“They are paradoxical images from a photographic standpoint: they represent everything except their real referent. Those who use them and those who look at them don't care who the people we see really are.”[6]

Their adaptability to all circumstances, their apparent banality, is their strength.

“They collect, confirm, and amplify all clichés, all gender and race prejudices, and social inequality.”[7]

Smargiassi picks up on Paul Frosh, who “flips a famous definition by Roland Barthes: stock photos are ‘codes without a message’.”[8]

Today, images generated by various “artificial intelligence” services, as we like to call them, are on their way to becoming the new stock images. Almost all of the most well-known

services include “suggestion” features.

New services, such as Lummi.ai, have been created, which only feature AI-generated images in their library, with a tagline that reads: “AI stock images that won't make you cringe.”

In an article [9] titled AI art is the new image stock, Information Architects [10] attempts to identify the clichés of AI-generated images that have emerged in a short time.

### **We recognize them, and they all look the same**

By now, we recognize AI-generated images. When I shared some on social media, without mentioning the source, almost everyone figured out where they came from. Some even immediately recognized the service I had used.

Just like when stock images are used to represent a company's team, AI images might raise doubts about the authenticity of the content and product, leading one to think something like:

“If they use cheap AI for images, they probably use it for everything else.”[11]

They all look somewhat alike. If you have even a minimal sense of visual language, they seem identical. They might look aesthetically appealing, but they are still recognizable as AI images.

### **They lack emotion**

At the moment, AI images are cold and, in some cases, even a bit unsettling. The service Lummi.ai (mentioned earlier) had to specify that they are not, highlighting the issue.

Images are not just about composition and color. Images should tell something through style and tone. While it's true that an image

has structural qualities that make it work, it's also true that if an image creates an unsettling atmosphere, a "cringe" atmosphere, that mood will influence everything else

### **Ethical issues**

AI images further amplify the clichés and prejudices already widely present in stock images. There's also the issue of copyright for AI images, which is still unclear in terms of how it will be managed.

In any case, without meticulous control over every word in the prompt, you end up with "images that say nothing except: 'I used AI to add color.'"[12]

At this point in the reading, or perhaps even earlier, Information Architects' article points out that someone may have already thought (said, or written) that this is just the beginning, that we will eventually reach a point where we won't be able to tell the difference. In thinking about the future, we must first think about today. We notice it now. And in any case, when in the future we no longer notice the difference, they will still be stock images. We will still need to put effort into choosing images that fit our message. We must use them consciously.

In any case, in the "after," something else could happen. AI-generated images, always improving, could give us a new vision, just as photography did in the past. Photography made us question traditional art, giving rise to Impressionism. I know, I'm simplifying. The point is that new technologies, whatever they may be, have always pushed people to find and look for something else. Whether it's due to our primordial attraction to scarcity (limited availability always seems more interesting), or the need to constantly evolve, the overwhelming abundance of already-made

and pre-packaged images could generate a "new wave of human creativity and innovation and craftsmanship in verbal and visual storytelling" [13].

New technologies have always influenced artists. Degas was heavily inspired by photography. He copied it, imitating its blurring effect, cutting out images from his representations.

In Figure, Riccardo Falcinelli tells how not only photography, but also the railways, starting from the 1830s, influenced painting and art in general.

"The train transforms the landscape into a spectacle: because it is the landscape that appears to the train and not vice versa; it is a visual element on par with the wallpaper or the design of the seats." [14]

The train didn't just shorten distances; it also changed the way we look at things.

### **Ciro Esposito**

(Accademia di Belle Arti di Catania)



---

## Note

- 1)** A. Pinotti, “Il primo libro di teoria dell’immagine”, Einaudi, Torino 2024.
- 2)** To delve deeper: A. Pinotti e A. Somaini, “Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi”, Einaudi, Torino 2016.
- 3)** W. J. T. Mitchell, “Scienza delle immagini. Iconologia, cultura visuale ed estetica dei media”, Johan & Levi, Cremona 2018.
- 4)** A. Pinotti, “Il primo libro della teoria dell’immagine”, Einaudi, Torino 2024.
- 5)** The cover of the pamphlet, distributed by the Ministry of Health in 2016, compared two stock images. One depicted two couples on a trip to the beach: beautiful, sunny, and smiling, presented with bright, natural colors. The other showed a more heterogeneous and less polished group of young people, with faded colors to emphasize the idea of a “bad example.” This juxtaposition caused a communication breakdown.
- 6)** M. Smargassi, L’ideologia razzistibile delle foto passepartout, «La Repubblica», 23 settembre 2016.
- 7)** Ibidem.
- 8)** Ibidem.
- 9)** <https://ia.net/topics/ai-art-is-the-new-stock-image> (consultato 21 ottobre 2024).
- 10)** After the two Mitchells, who say different things, we’ve had enough of the confusion related to names in this article. The Information Architects study presents itself with the abbreviation iA (the abbreviation we use for artificial intelligence in Italian). The iA website is <https://ia.net> (accessed October 21, 2024).
- 11)** <https://ia.net/topics/ai-art-is-the-new-stock-image> (accessed October 21, 2024)
- 12)** Ibidem.
- 13)** Ibidem.
- 14)** R. Falcinelli, “Figure”, Einaudi, Torino 2020.

Editoriale | Out of sight, out of mind | Immagine, colore e memoria  
 | Per un'ermeneutica del regime digitale. Dall'immagine-  
 simulacro alla netnografia del lavoro agile | L'arte di Sandy  
 Skoglund tra natura e artificio: un'opera totale che unisce  
 scultura, pittura, fotografia e digitale | Three Theses for a History  
 of Automated Visual Labour | Immagini, foto stock e intelligenze  
 artificiali | Morphing Memory: Medialità Offloading ed Estetiche  
 Artificiali | Tre passi tra oblio e memoria | L'immortalità  
 dell'immagine | Il web al servizio di una memoria viva o di un  
 eterno presente? Breve nota critica | Il rosso e il blu festival:  
 connessioni umane e tecnologiche | AB, tecnologia e umanesimo  
 | La costruzione della memoria digitale collettiva nei musei |  
 Emozione analogica, memoria, creatività e immaginario digitale  
 | Nel labirinto delle immagini | Muse 2.0, la creatività alla portata  
 di un click | «Dica, dica [...] Ma non più di quattro domande» Cit.  
 | Unfold | Design Across the Borders in Time of Global Crisis |  
 Marginale. L'illusione antropocentrica | Arte e tecnologia, yin  
 e yang nell'interazione uomo-macchina | MyPanino | Abbaglia  
 e svanisci | In memoria di me | Is any-body okay? | Memory  
 from Heart | Visioni di visioni | L'effetto catabolico entropico  
 e oblio della memoria | Si amplia il confronto critico  
 e dialettico tra offline e online | In rassegna | Una  
 recensione | Alcune suggestioni bibliografiche | Taking  
 the dot for a walk | Noi siamo tecnologia | Call for papers

ISBN 978-88-382-5504-5



9 788838 255045

€ 19,00

ACCADEMIA  
DI BELLE ARTI  
SANTAGIULIAStudium  
edizioni