



**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 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

Ufficio Abbonamenti:

Tel. +39 041 27 43 914

e-mail: abbonamenti@edizionistudium.it sito:

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 e sito web: www.aidro.org. Contiene I.P.

Accademia di Belle Arti di Brescia SantaGiulia

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 Lurissevich

*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 Lorica

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: Rappresentazione della realtà, Manipolazione delle immagini, Cliché visivi, Creatività, Digitalizzazione

Con l'avvento della fotografia, la realtà diventa funzione dell'immagine. L'immagine non rappresenta più la realtà, come succede con la pittura, ma ne è testimone, la documenta. È concreta, pura, affidabile.

«Certo che è successo così, ne abbiamo la foto», ammettiamo implicitamente che l'esistenza effettiva di un determinato evento nel passato venga certificata e verificata [...] dalla sua rappresentazione fotografica»[1].

Già agli inizi degli anni Novanta, con le idee di W. J. Mitchell espresse in *The Reconfigured Eye*, si comincia a parlare di «morte della fotografia», e, a seguire, di «post-fotografia». Con il passaggio dall'analogico al digitale, la fotografia non è più considerata rappresentazione del reale in maniera “pura”. Teorici come Flusser parlano di “immagini tradizionali”, che traducono in analogico la realtà circostante, e “immagini tecniche”, che traducono in digitale dei “testi”, intesi come sequenze di codici binari[2].

Il quasi omonimo di W. J. Mitchell, W. J. T. Mitchell, non vede il passaggio dall'analogico al digitale come una rottura, ma come un proseguimento. È sempre stato possibile manipolare immagini fotografiche (e lo si è

sempre fatto), anche prima del digitale. Nel suo saggio *Realismo e immagine digitale*, W. J. T. Mitchell mette in discussione anche il concetto di realismo. Il realismo non appartiene a un medium nello specifico. Le fotografie, e le immagini in generale, possono essere degli strumenti di rappresentazione del reale, non lo sono per loro natura, che siano analogiche o digitali[3].

Oggi, con i vari servizi che permettono di generare una fotografia (o qualsiasi altro tipo di immagine) attraverso un suggerimento testuale (prompt), non c'è più nessuno scarto temporale tra «la cattura del reale (l'input), la sua esibizione (l'output) e la sua eventuale successiva manipolazione (l'editing)»[4].

Non c'è più neanche manipolazione, c'è solo generazione. Oggi, ancora più di prima, W. J. Mitchell potrebbe dire che l'immagine fotografica ha davvero perso qualsiasi “aderenza al referente”. È diventata una rappresentazione della realtà, come è stata considerata in precedenza la pittura.

Parlando di mancanza di “aderenza al referente”, sia nel mondo precedente che successivo alla svolta digitale, c'è un tipo di immagine che è sempre stato al confine. Rappresentano una realtà che non esiste, o meglio, rappresentano una realtà stereotipata. Sto parlando delle immagini stock.

C'è stato un periodo in cui usavo molto spesso le immagini stock. Seguivo dei progetti che ne richiedevano tante. Avevamo più abbonamenti ad alcuni dei più noti servizi online. Ho passato un tempo infinito a cercare quella giusta, che poi non trovavo mai. A un certo punto le vedevo ovunque, le individuavo al volo sulle copertine dei libri o all'interno di riviste.

Ricordo che nello studio in cui lavoravo ci divertivamo a raccogliere e scambiarsi le foto assurde di queste librerie. Con cliché che non capivamo quanto fossero sollecitate dal mercato (i clienti di questi servizi) e quanto fossero congenite.

In un articolo, a seguito del corto circuito relativo alla campagna sul Fertility Day di qualche governo fa[5], il giornalista Michele Smargiassi parlava proprio dell'assenza di un referente reale nelle immagini stock:

«Sono immagini paradossali dal punto di vista fotografico: rappresentano tutto tranne il loro referente reale. A chi le usa e a chi le guarda non interessa chi siano davvero le persone che vediamo»[6].

Il loro essere adatto a tutte le circostanze, la loro apparente banalità è la loro forza.

«Raccolgono, confermano e rilanciano tutti i luoghi comuni, tutti i pregiudizi di genere e razza e diseguaglianza sociale»[7].

Smargiassi riprende Paul Frosh, che «ribalta una celebre definizione di Roland Barthes: le foto di stock sono "codici senza messaggio"»[8].

Oggi, le immagini generate dai vari servizi di "intelligenze artificiali", come ci piace chiamarli, si avviano a diventare le nuove immagini stock. Quasi tutti i servizi più noti inglobano funzioni di "suggerimento". Ne sono

anche nati servizi, come Lummi.ai, che ha nella sua libreria solo immagini generate da AI, con una tag line che recita: AI stock images that won't make you cringe.

In un articolo [9] proprio dal titolo AI art is the new image stock, Information Architects[10] prova a individuare i cliché delle immagini generate con AI, emersi in poco tempo.

Le riconosciamo e sembrano tutte uguali

Ormai le immagini generate dalle intelligenze artificiali le riconosciamo. Quando mi è capitato di condividerne qualcuna sui social, senza menzionare l'origine, quasi tutti hanno capito da dove provenivano. Qualcuno ha riconosciuto subito pure il servizio che avevo usato.

Come quando si usano le immagini stock, per rappresentare il team della propria azienda, l'immagini AI potrebbero sollevare dubbi sull'autenticità del contenuto e del prodotto, e pensare qualcosa del genere:

«Se utilizzano l'AI economica per le immagini, probabilmente la usano anche per il resto»[11].

Si assomigliano un po' tutte. Se si ha un minimo di senso del linguaggio visivo sembrano tutte uguali. Possono sembrare esteticamente accattivanti, ma comunque sono riconoscibili come immagini AI.

Mancano di emozione

Al momento, le immagini AI sono fredde e in alcuni casi anche un po' inquietanti. Il servizio Lummi.ai (citato prima) ha dovuto specificare che non lo sono, evidenziandone il problema.

Le immagini non sono solo composizione e colore. Le immagini dovrebbero raccontare qualcosa, attraverso lo stile, il tono. Se è vero che un'immagine possiede delle qualità strutturali che la fanno funzionare, è

anche vero che se da un'immagine emerge un'atmosfera inquietante, cringe appunto, quell'atmosfera influenzerà tutto il resto.

Problemi etici

Le immagini AI amplificano ancora di più i cliché e i pregiudizi, già abbondantemente presenti nelle immagini stock. Per le immagini AI c'è poi il problema del copyright, che ancora non si capisce come sarà gestito.

In ogni caso, senza una gestione maniacale di ogni singola parola del prompt vengono fuori «immagini che non dicono nulla se non: "Ho usato l'IA per aggiungere colore"»[12].

A questo punto della lettura, o forse già prima, l'articolo di Information Architects ci fa notare che qualcuno avrà già pensato (detto o scritto) che questo è solo l'inizio, che poi arriveremo al punto che non vedremo più la differenza. Nel pensare al dopo, dovremo intanto pensare all'oggi. Ora ce ne accorgiamo. E in ogni caso, quando in futuro non ci accorgeremo della differenza, saranno sempre immagini stock. Dovremo quindi comunque impegnarci nella scelta di immagini che si adattino al nostro messaggio. Usarle consapevolmente.

In ogni caso, nel "dopo" potrebbe succedere altro. Immagini generate dalle intelligenze artificiali, sempre migliori, potrebbero darci una nuova visione, come è successo in passato nell'arte, con l'avvento della fotografia. La fotografia ci ha fatto mettere in discussione l'arte tradizionale, dando vita all'impressionismo. Lo so, sto semplificando. Il punto è che le nuove tecnologie, qualsiasi esse siano, hanno sempre spinto le persone a trovare e guardare altro. Sarà per la nostra primordiale attrazione alla scarsità (le disponibilità limitate ci sembrano sempre più interessanti), sarà per la necessità di volersi sempre evolvere, ma la sovrabbondanza di

immagini già fatte e preconfezionate potrebbe generare una «nuova ondata di creatività umana e innovazione e artigianale nel racconto verbale e visivo»[13].

Le nuove tecnologie hanno sempre influenzato gli artisti. Degas, si ispirava moltissimo alle fotografie. Le copiava, ne imitava l'effetto della sfocatura, tagliava le immagini delle sue rappresentazioni.

In Figure, Riccardo Falcinelli racconta di come non solo la fotografia, ma anche le ferrovie, a partire dagli anni Trenta dell'Ottocento abbia influenzato la pittura, e l'arte in generale.

«Il treno trasforma il paesaggio in uno spettacolo: perché è il paesaggio ad apparire al treno e non viceversa, è cioè un elemento visuale al pari delle tappezzerie o del design dei sedili»[14].

Il treno non ha solo accorciato le distanze, ha anche cambiato il nostro sguardo sulle cose.

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
SANTAGIULIA**
Studium
edizioni