



**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**

L'immortalità dell'immagine

By Lorenzo Di Silvestro e Cristina Iurissevich

Abstract

L'articolo analizza i cambiamenti effettuati dalle nuove tecnologie attraverso le modifiche ai concetti di memoria e archivio focalizzandosi sul nuovo ruolo dell'immagine.

La memoria e l'archivio

La memoria si è radicalmente modificata all'acuirsi del nostro rapporto con la tecnologia.

Affievolita su tutti quei sensi non coinvolti nell'attraversamento dell'immagine, la memoria rimane legata a quei pochi che abbiamo maggiormente allenato.

I ricordi che fanno di noi ciò che siamo in divenire, attraverso l'esperienza, l'empatia e la personalità, si sono adattati al senso della vista che li guida.

L'archivio, inteso come l'agglomerato di dati e informazioni raccolti durante la vita, per l'essere umano è attualmente duplice, da una parte abbiamo un archivio interno, alla quale la memoria fa riferimento per ritrovare e richiamare alla mente, dall'altra quello esterno, cioè una raccolta dei ricordi che affiorano attraverso la materia e che affiancano la memoria nella nostra costante ricerca del passato, o meglio delle nostre origini.

L'archivio, interno ed esterno, è stato notevolmente modificato dall'introduzione e soprattutto dall'utilizzo sempre più massiccio del digitale. Se quello interno ha subito la sempre maggiore alienazione legata ai

media e la modifica della percezione di chi lo utilizza, quello esterno è cambiato in modo decisamente più visibile.

Negli ultimi anni con la convivenza e spesso dipendenza dal Web e in particolare dai Social Media, l'archivio esterno, che prima era contraddistinto da una materialità, sta svanendo lasciando spazio sempre maggiore a ricordi digitali e come tali incorporei.

Parafrasando una riflessione di Nicholas Negroponte[1] potremmo dire che l'attuale civiltà si sta evolvendo eliminando gli atomi di informazioni, elementi materiali, per sostituirli con i più leggeri bit, elementi virtuali. Questa considerazione insieme alle caratteristiche proprie delle nuove tecnologie definiscono una tipologia di informazioni che per sua natura oltre ad essere intangibile risulta anche facilmente manipolabile e diffondibile.

La creazione e il mantenimento dei nuovi archivi virtuali è fortemente incoraggiata dalle aziende che raccolgono questi dati al fine di creare quell'enorme deposito di contenuti generati o condivisi dagli utenti denominato Big Data.

Ma cosa significa modificare l'archivio e di conseguenza la memoria? Ferraris, nel libro *Mobilizzazione totale*[2], proponeva l'esempio dell'Alzheimer che non viene interpretato come la perdita di una facoltà, la memoria, bensì come una patologia che arriva a investire vari elementi, come identità, competenze e pensiero.

Il pensiero, considerato come possibilità di ragionare sugli elementi dati, utilizza in modo assiduo l'archivio attraverso la memoria, ed è questo il motivo della sua eterogeneità, in quanto nessun archivio può essere identico ad un altro.

Partendo dall'assunto che queste considerazioni siano corrette, le modifiche effettuate all'archivio attraverso la tecnologia possono modificare le dinamiche del pensiero.

Nel Web è stata la nascita dei Social Media a modificare davvero i comportamenti umani. I primi esempi di espressione individuale virtuale, come ad esempio i Forum, prevedevano l'utilizzo dei Nickname e cioè la possibilità di creazione di avatar virtuali distinti dalla persona reale o quantomeno non riconducibili alla stessa. L'anonimato forniva la possibilità di comunicare senza esporsi personalmente con una conseguente maggiore libertà di palesare se stessi. Ora, nel medium social, risulta maggiormente efficace e comune condividere immagini e con esse i propri corpi.

Ciò che per sua natura è immateriale, attraverso i corpi, tende a vivere della materialità degli utenti.

La percezione

Nella percezione dell'archivio sono compartecipi due elementi fondamentali: il tempo in cui esso vive e la sua forma.

Per quanto concerne il tempo, ad esempio nel medium televisivo, la scelta dell'utilizzo del materiale da trasmettere non subisce il condizionamento obbligato del contemporaneo, creando forti asincronie temporali. Fiction e programmi possono essere riutilizzati in qualsiasi momento completamente slegati dal loro periodo di

provenienza.

L'utilizzo dell'archivio a livello percettivo è così andato a creare una sorta di "eterno presente".

Questa percezione sfalsata del tempo è stata certamente potenziata dal web. All'interno dei siti web, dei motori di ricerca e ancora di più nei Social Media è difficile comprendere la datazione degli elementi e più in generale il tempo non è visto come elemento sostanziale. Il flusso del web è veloce, le nuove tendenze non fanno in tempo a nascere che già sono scomparse, tanto che potremmo utilizzare il termine di "eterno passato".

L'altro elemento alla base della percezione dell'archivio è la sua forma. Dagli anni novanta ad oggi stanno completamente sparendo i supporti materiali dei ricordi. Il problema dei bit rispetto agli atomi e la loro mancanza di fisicità che li rende più difficili da vedere e "maneggiare".

L'aspetto dei ricordi nelle bacheche dei Social Media è quello più caotico, in quanto la consultazione richiede un tempo proporzionale alla quantità di contenuti inseriti che in alcuni casi corrisponde ad infinite sessioni di scrolling.

La forma dell'archivio inoltre risulta sempre più monomediativa, pur essendo il digitale contraddistinto dalla multimedialità un unico medium risulta in costante crescita: l'immagine.

L'immagine

Trent'anni fa, i neuroscienziati Raymond e Shapiro[3] hanno coniato il termine attentional blink per definire il fenomeno che si osserva sperimentalmente sottoponendo i soggetti a una rapida sequenza di stimoli visivi, di natura testuale o fotografica. Col

loro studio confermano la risposta immediata alle immagini rispetto ai testi, calcolando un intervallo tra i 200 e i 500 millisecondi di tempo necessario per comprendere e ricordare uno stimolo visivo target tra una serie di stimoli visivi distrattori. Questo intervallo è stato ricalcolato nel 2010 (accorciandolo a meno di 100ms) da Martens e Wyble[4], e solo quattro anni dopo la neuroscienziata Trafton del MIT[5] a soli 13ms.

Sorge spontanea la domanda rispetto a questa diminuzione esponenziale di intervallo di tempo: è stato ricalcolato meglio l'intervallo o lo stesso in pochissimo tempo è variato così tanto? Effettivamente dal 1992 al 2014 le capacità del medium visivo attraverso lo strumento tecnologico sono decisamente cambiate.

Se questo da una parte conferma la massima che "un'immagine vale più di mille parole" dall'altra ci dà un'idea di come il nostro cervello subisce il bombardamento di informazioni anche durante una sessione di scrolling compulsivo sui moderni social media.

Inoltre, lo studio di Glezer et al.[6] conferma che anche i contenuti testuali vengono memorizzati nel nostro cervello abbinando le parole a una sorta di dizionario visuale, conservando le informazioni per immagini. In un certo modo, comunicare per immagini evita al cervello un ulteriore livello di elaborazione al processo di immagazzinamento dei dati.

Ormai le piattaforme social rappresentano per molti la prima fonte da cui ricevere "informazioni". Si è assistito nell'ultimo decennio a un incremento lineare del numero di utenti, che in proiezione supererà i sei miliardi (il 75% della popolazione mondiale)[7].

Contestualmente si è evoluto il modo di fruire delle piattaforme, in cui in soli dieci

anni la comunicazione di natura testuale è stata completamente soppiantata da quella visiva, assistendo anche alla nascita di servizi praticamente basati solo sulla condivisione di immagini e brevi video. (Figura 1) [8]

Su Facebook poco più del 71% dei post sono immagini, solo il 2.8% dei contenuti sono costituiti dall'aggiornamento del proprio "stato", che aveva dettato il successo della piattaforma al suo nascere, permettendo a tutti di avere un proprio diario, un diario anomalo dai contenuti tutt'altro che segreti. (Figura 2)[9]

Gli utenti di Messenger si inviano oltre 17 miliardi di foto al mese, mentre il numero di foto caricate ogni giorno su Instagram è stimato in 95 milioni, il che significa che si aggiungono 2,85 miliardi di nuove foto condivise su Instagram al mese[10].

Questi dati indicano certamente un trend in continua crescita

L'oblio

I dati riguardanti le immagini dimostrano la loro continua e indiscussa crescita numerica all'interno dell'archivio web. La catalogazione di questo materiale molto spesso è completamente delegata agli strumenti propri di piattaforme commerciali. Ad esempio, un motore di ricerca utilizzerà un crawler, un software che analizza ed indicizza i contenuti della rete.

La nuova società dei dati è certamente interessata ad una buona catalogazione di questo materiale in quanto può essere utilizzato per la costruzione di dataset. I dataset, alla base del processo di auto apprendimento delle macchine (machine learning), sono enormi quantità di dati che vengono catalogati, ripuliti e, nel caso dell'apprendimento cosiddetto supervisionato,

anche etichettati. È attraverso i nuovi, ed enormi, set di dati che negli ultimi anni l'intelligenza artificiale ha raggiunto un nuovo apice.

Se per l'archivio individuale le immagini diventano un ammasso caotico, soggetto a perdita e difficilmente organizzabile, nell'archivio collettivo questo medium visivo torna a nuova vita attraverso l'arte generativa in cui, facendo parte di dataset, può almeno come modulo riemergere.

Come la creatura di Frankenstein[11], essere composto da pezzi di diversi esseri umani deceduti, anche le immagini immesse nella rete si ricostruiscono attraverso la loro catalogazione nei dataset in nuove immagini che, probabilmente andranno a loro volta a costruire altri set.

Le possibili conseguenze riguardano un archivio visivo senza precedenti di cui la catalogazione e il riutilizzo sono principalmente riservati alla macchina che nel suo emettere nuovi dati, nel caso specifico nuove immagini costruite attraverso moduli di quelle provenienti dal reale, finirà per servirsi degli stessi che essa stessa ha prodotto. In questo caso, non eccessivamente distopico l'oblio delle immagini sarà definitivo in quanto il tempo di questo nuovo archivio potrà essere definito solo come "eterno passato presente".

L'immagine è immortale in quanto morta e costantemente riportata in vita. (Figura 3) [12]

"L'oblio delle immagini", generato con intelligenza artificiale

Lorenzo Di Silvestro e Cristina Iurissevich

(Accademia di Belle Arti di Catania)

Bibliografia

S.J. Dixon, Number of global social network users 2017-2028, Statista.com, 2024

M. Ferraris, Mobilitazione totale, Laterza & Figli, Bari 2015.

L.S. Glezer et al., Adding words to the brain's visual dictionary: novel word learning selectively sharpens orthographic representations in the VWFA, *Journal of Neuroscience*, 35(12), pp.4965-4972, 2015

S. Martens – B. Wyble, The attentional blink: Past, present, and future of a blind spot in perceptual awareness, *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 34(6), pp.947-957, 2010

N. Negroponte, *Essere digitali* (1995), Sperling & Kupfer, Milano 1995

J.E. Raymond – K.L. Shapiro – K.M. Arnell, Temporary suppression of visual processing in an RSVP task: An attentional blink?, *Journal of experimental psychology:*

Human perception and performance, 18(3), p.849, 1992

M. Shelley, *Frankenstein, ossia, Il moderno Prometeo* (1818), tr. it. di Chiara Zanolli e Laura Caretti, Mondadori, Milano 1982

D. Shvartsman, Facebook: The Leading Social Platform of Our Times, Investing.com, 2024

A. Trafton, In the blink of an eye: MIT neuroscientists find the brain can identify images seen for as little as 13 milliseconds, *MIT News: on campus and around the world*, 2014

S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, Profile Books, London 2019

www.digitalinformationworld.com/2021/05/images-videos-or-links-study-shows-most.html

www.smartinsights.com/ecommerce/ecommerce-strategy/social-commerce-trends

NOTE

1) N. Negroponte, Essere digitali (1995), Sperling & Kupfer, Milano 1995

Negroponte elargisce una serie di profezie rispetto al passaggio dal materiale al virtuale, oltre a porsi il problema dell'interfaccia dei dispositivi e delle relazioni uomo macchina.

2) M. Ferraris, Mobilitazione totale, Laterza & Figli, Bari 2015.

3) J.E. Raymond - K.L. Shapiro - K.M. Arnell, Temporary suppression of visual processing in an RSVP task: An attentional blink?, Journal of experimental psychology: Human perception and performance, 18(3), p.849, 1992.

4) S. Martens - B. Wyble, The attentional blink: Past, present, and future of a blind spot in perceptual awareness, Neuroscience & Biobehavioral Reviews, 34(6), pp.947-957, 2010.

5) A. Trafton, In the blink of an eye: MIT neuroscientists find the brain can identify images seen for as little as 13 milliseconds, MIT News: on campus and around the world, 2014.

6) L.S. Glezer et al., Adding words to the brain's visual dictionary: novel word learning selectively sharpens orthographic representations in the VWFA, Journal of Neuroscience, 35(12), pp.4965-4972, 2015.

7) S.J. Dixon, Number of global social network users 2017-2028, Statista.com, 2024.

8) Source: www.smartinsights.com/ecommerce/ecommerce-strategy/social-commerce-trends

9) Source: www.digitalinformationworld.com/2021/05/images-videos-or-links-study-shows-most.html

10) D. Shvartsman, Facebook: The Leading Social Platform of Our Times, Investing.com, 2024

11) M. Shelley, Frankenstein, ossia, Il moderno Prometeo (1818), tr. it. di Chiara Zanolli e Laura Caretti, Mondadori, Milano 1982.

12) Generated with DALL-E 3 technology with prompt: "Numerous polaroids (photographs, selfies, artwork, landscapes) swirling in a vortex until they enter inside a computer. The light is diffuse and the background reference color is blue and magenta."

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