

Images in World 2.0 / Instructions for use



Rossella Salerno

In the essays' collection *The Uses of Images. Studies in the Social Function of Art and Visual Communication* (1999), Ernst Gombrich states that images demand in Western society is so significant that it is possible to consider a family without a television, like lacking something. Addressing his thoughts to fundamental requirements on the basis of visual media – first of all, clarity and communication – the art historian reminds us the educational role carried out by images in Western culture till latest past, for example in the case of handbooks or encyclopedias. Meantime Gombrich points out how “visual aids” provide a kind of “pictorial instructions”, emphasizing how only few people think that understanding images, both the drawn ones and the in motions ones, is easier when we add verbal descriptions. In light of such considerations, it could be useful to analyze what occurs in web communication, made up with the mutual relationship of images and short texts. The question arising from this paper aims in fact be: what and how does the role of images change in the internet age? Together with the purposes of knowledge and communication, it powerfully opens a new dimension made of images to share: digitization in communication provides new collective knowledge and experience. Furthermore, as some communication's sociologists affirm, if change in the media seems to drive our society toward a growing confusion between real and unconscious, generating actual showcases to amplify social life (Codeluppi 2012), nowadays is rather in Internet that such process seems to be effective. In virtual places some interpersonal relationships arise and become durable, meantime debates occur to lead ideas and enrich knowledge just possessed by society groups: digital technology, supported by “visual aids”, so allows a new social perception and a growing visibility in the new world 2.0.

Keywords: digital communication, new media, visual studies.

Rephrasing Focillon's well known book title *Vie des Formes* (1934), this paper aims to deal with the “*Vie des Images*” topic; the purpose is on one hand paying attention on the images role in today's society, in the Web 2.0 age, on the other widening the debate to the close fields of science and art, reflecting how images are being pervading and becoming a virtual place where exchange's information happens thanks to a more and more globalized world. Trying to move into the background the “symbolic” representation's issue, and instead focusing the attention on how images emerge, last and transform themselves, nowadays the very relevant topic stays in the interactive function offered by images as *medium*, for the expanding communicative role of the digital that entails manifold aspects of social life. The relationship between images' production and consumption isn't certainly a new topic; several scholars wrote about it, but

above all the essays' collection *The Uses of Images. Studies in the Social Function of Art and Visual Communication* (1999), by Ernst Gombrich, shows some even now worthwhile questions, adopting different and interesting critical approaches. He wrote that the images' request is so impressive in western society a family doesn't have a TV set can be seen as something's lacking (Gombrich 1999, p. 7). Nowadays such request could quite probably changed adding the computer that helps to widespread images thanks digital features. Among the mentioned Gombrich's writings collection, an useful perspective about the uses of images is offered by “Instructions by images”, an essay that takes into account a way to illustrate the “instructions” in case of emergency on board of airplanes: a crucial case, an example where if images are not correctly interpreted there is matter of life and death (Gombrich 1999, p. 226).

Immagini nel mondo 2.0 / Istruzioni per l'uso

Rossella Salerno

Nell'introduzione alla raccolta di saggi *L'uso delle immagini. Studi sulla funzione sociale dell'arte e sulla comunicazione visiva* (1999), Ernst Gombrich osserva che la domanda di immagini è talmente rilevante nella società occidentale che una famiglia senza televisore è considerata come priva di qualcosa; indirizzando la propria riflessione ai requisiti fondamentali per la comprensione dei media visivi – chiarezza e comunicazione innanzitutto – lo storico dell'arte non manca inoltre di ricordare il ruolo divulgativo che le immagini hanno rivestito nella cultura occidentale fino a un passato recente, ad esempio nel caso dei manuali e enciclopedie. Allo stesso tempo Gombrich evidenzia che gli “aiuti visivi” danno luogo a una sorta di “istruzione pittorica”, constatando come pochi pensano che la comprensione delle immagini, sia quelle disegnate, sia quelle in movimento, sia facilitata dall'aggiunta di spiegazioni verbali. Alla luce di queste riflessioni può essere utile estendere queste considerazioni a quanto accade con la comunicazione via *web*, basata essenzialmente, come è noto, sulla relazione reciproca tra immagini e brevi testi. La domanda a cui questo contributo si propone di rispondere è infatti: cosa e come cambia il ruolo delle immagini nell'era Internet? Insieme alle finalità di conoscenza e comunicazione, si affaccia ora con maggior forza la nuova dimensione delle immagini da condividere: la digitalizzazione nella comunicazione porta dunque con sé una nuova condivisione di saperi e esperienze. Se inoltre, come alcuni sociologi della comunicazione sostengono, la mutazione in atto nei *media* sembra indirizzare la nostra società verso una crescente confusione tra reale e immaginario, creando vere e proprie vetrine per amplificare la vita sociale (Codeluppi 2012), oggi è però soprattutto all'interno di Internet che tale processo sembra diffondersi. Nei luoghi virtuali si creano e si stabilizzano relazioni interpersonali e si sviluppano confronti che possono generare idee e arricchire le conoscenze già patrimonio di una parte della società: la tecnologia digitale, supportata da “aiuti visivi”, consente dunque una nuova presenza sociale e una crescente visibilità all'interno del nuovo mondo 2.0.

Parole chiave: comunicazione digitale, nuovi *media*, *visual studies*.

Riformulando il celebre titolo *Vie des Formes* (Focillon 1934), il tema che questo contributo si propone di affrontare potrebbe essere espresso da “*Vie des Images*”, con l'obiettivo di richiamare l'attenzione da una parte sul ruolo delle immagini nella contemporaneità, nell'epoca del *web* 2.0, e allo stesso tempo di ampliarne la riflessione ad ambiti liminali alla scienza e all'arte, agli aspetti pervasivi delle immagini stesse, al loro essere oggi luogo di scambio di informazioni e di produzione di messaggi in un mondo sempre più globalizzato.

Provando a lasciare sullo sfondo la questione della rappresentazione “simbolica” e concentrando invece l'interesse sull'affioramento, sulla persistenza e sulla trasformazione delle immagini, il tema che qui si tenta di evidenziare risiede nella possibilità interattiva del *medium*, nella dimensione comunicativa dominante che la diffusione digitale oggi implica, investendo

diverse sfere della vita sociale.

Il tema del rapporto tra produzione e consumo di immagini non è certamente nuovo: tra i molteplici contributi in proposito, la raccolta di saggi di Ernst Gombrich, *L'uso delle immagini. Studi sulla funzione sociale dell'arte e sulla comunicazione visiva* (1999), presentava, attraverso una pluralità di apporti critici, questioni di cui vale la pena ancora discutere: «La domanda di immagini – vi si legge – è talmente rilevante nella società occidentale che una famiglia senza televisore è considerata come priva di qualcosa» (Gombrich 1999, p. 7). Con buona probabilità la domanda oggi potrebbe essere riformulata aggiungendovi il computer, che contribuisce ad amplificare la portata della diffusione delle immagini includendovi le funzionalità del digitale.

L'aspetto che può contribuire in questa sede a riflettere sull'uso delle immagini – tra quelli affrontati da Gombrich – è in particolare il

About this kind of “expository writing”, the art historian remarks that «only few people think understanding images, both the drawn and the in motion ones, can be easier by adding together verbal explanations» (Gombrich 1999, p. 228).

Two points clearly emerge: “expository writing” and verbal explanations. The first can be today compared to arrange a series of digital images, for example in a “slideshow”; the other point concerns instead a brief way of matching explanations.

If as ever the fundamental requirements to figure images out are clarity and communicative effectiveness, on the one hand Gombrich takes inspiration from handbooks and encyclopedias’ tradition, on the other hand he underlines that “the visual aids” provide a kind of “pictorial instructions”: a parallel we cannot miss on respect the web communicative fundamentals, based on images and short texts.

Dating back to Gregorius Magnus, Gombrich recalls a comparison between the role of writing for readers and the function of images for illiterates; even if such consideration has to be referred, first of all, to a millennial circulation of visual representations carried out by the church’s doctrine.

Taking into account the “instructions for use” over times, we can find further “communicative visual forms” going from the portraiture to the abstract diagram, whereas portraiture means signed or manipulated illustration, like that appearing in medicine treatises, or in herbals very accurately illustrated plants’ features. Gombrich also notices between the portraiture and the abstract diagram stays the map, that is an essential tool for visual communication: in fact it represents, in a more or less schematic way, spatial relationships existing among places in the world (Gombrich 1999, p. 231).

Communication forms, information images and even images to “show” knowledge: just to think how maps are today suitable for everybody and how many maps we virtually carry in our devices, like smartphones and tablets.

So digital maps are not only a way to orient ourselves in *terra incognita*, but also an interactive tool where provides new information from, and where individuals or social groups



1

can share opinions, preferences, experiences... Furthermore the map represented over time the technical and scientific interface for landscape representation, between cartography and visual perception; in fact it was a “thing” where art and science met.

Last but not least also landscape photography, which greatly provided to geographical description of physical and anthropic features, increased its social appeal through digital social networks, as *Flicker*.

So the question is: how is “the new life” of images changing by means of Internet? Namely by means of technological and intercultural globalization played by visual communication media?

As Umberto Eco affirms, there is now a new quite international understanding about images; instead it is well known that over the sixties and seventies he himself had stated did not exist an images’ universal language. Probably there is not an unambiguous way to face the problem, in fact Eco himself, making a joke in his style, reintroduces such discussion and affirms that a Japanese *manga*’s expert would find difficulties in Altamira grottos. Furthermore, in his book *Kant e l’ornitorinco*, the semiologist tried to demonstrate that two different ways exist about the question: one is

Figure 1
Some image’s “Hobama Hope” trasformations, circulating on the Web. *Google*. Obama Hope. *Immagini*. [visited January 6, 2016]. Available by: https://www.google.it/search?q=obama+hope&safe=active&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwj8pdewJDKAhXJBokKHcXoD_AQ7AkIMQ#imgrc=qQpOzTz305kjqM%3A

saggio “Istruzioni per immagini”, che prende avvio dalle modalità descrittive dei fogli usati sugli aerei, recanti le istruzioni su cosa fare in caso di emergenza: un caso “capitale”, «un esempio in cui, qualora l’immagine non sia correttamente interpretata, c’è in ballo la vita o la morte» (Gombrich 1999, p. 226).

A proposito di questa sorta di “narrazione per sequenze”, lo storico dell’arte commenta che «ben pochi pensano che la comprensione delle immagini, sia quelle disegnate, sia quelle in movimento, sia facilitata dall’aggiunta di spiegazioni verbali» (Gombrich 1999, p. 228).

Due punti emergono con chiarezza: “narrazione per sequenze” e spiegazioni verbali. Il primo può essere oggi paragonabile all’organizzazione di una serie di immagini digitali, per esempio attraverso una *slideshow*; l’altro punto riguarda invece le modalità concise delle spiegazioni che le accompagnano.

Se i requisiti fondamentali per la comprensione delle immagini sono da sempre chiarezza e efficacia comunicativa, da una parte Gombrich si rifà a titolo esemplificativo alla tradizione dei manuali e delle enciclopedie, dall’altra sottolinea come gli “aiuti visivi” generino una “istruzione pittorica”: una analogia questa che certo non potrà sfuggire con i fondamenti comunicativi del *web*, basati su immagini e brevi testi.

Risalendo a ritroso nel tempo sul tema inoltre, viene chiamato in causa anche Gregorio Magno, per il paragone sul ruolo svolto dalla scrittura nei confronti del lettore e quello invece esercitato dalle immagini sugli analfabeti; anche se questa considerazione viene riferita in primo luogo alla millenaria diffusione delle rappresentazioni visive di cui la dottrina della chiesa si è avvalsa.

Attraverso uno sguardo diacronico le “istruzioni per l’uso” investono anche altre “forme di comunicazione visiva”, che vanno dalla ritrattistica al diagramma astratto, laddove ritrattistica assume il significato di illustrazione segnata o manipolata come quella che compare nei trattati medici, o negli erbari, che illustrano molto fedelmente le caratteristiche delle piante.

«Tra la ritrattistica e il diagramma astratto possiamo collocare la mappa – aggiunge lo

storico dell’arte – strumento vitale della comunicazione visiva: essa infatti rappresenta, in forma più o meno schematica, il rapporto spaziale tra le località del globo» (Gombrich 1999, p. 231).

Forme di comunicazione, immagini per informare, immagini per divulgare la conoscenza: basti pensare oggi alla diffusione di mappe, alla quantità di mappe che virtualmente ci portiamo in tasca attraverso *devices* digitali, *smartphone* e *tablet*.

Le mappe digitali sono oggi non solo un modo per orientarsi in “terra incognita”, ma anche luogo interattivo dove si producono nuove informazioni, su cui individui o gruppi possono esprimere le proprie opinioni, preferenze, esperienze... Inoltre la mappa ha costituito nel tempo l’interfaccia tecnico-scientifica della rappresentazione del paesaggio, tra cartografia infatti e percezione visiva, ha rappresentato un luogo di tangenza tra arte e scienza.

Last but not least anche la fotografia di paesaggio, che ha contribuito alla descrizione geografica dei caratteri fisici e antropici, ha incrementato il proprio *appeal* sociale attraverso canali digitali dedicati, come nel caso di *Flickr*.

Cosa cambia dunque nella nuova “vita” delle immagini via Internet? Cioè con la dimensione globale, tecnologica e interculturale assunta dai *media* della comunicazione visuale?

Secondo Umberto Eco adesso c’è una possibilità di comprensione quasi internazionale delle immagini, quando è noto invece che negli anni Sessanta e Settanta egli stesso aveva sostenuto che non ne esistesse una lingua universale. La questione non sembra ammettere una soluzione univoca, infatti lo stesso Eco, con una battuta tipica del suo stile, rilancia la discussione allorché afferma: «Credo che un giapponese specialista di *manga* si troverebbe in difficoltà in una caverna di Altamira. – E aggiunge – In *Kant e l’ornitorinco*, ho provato a dimostrare che esistono due modalità: una è immediatamente analogica, l’altra racchiude una interpretazione culturale» (Eco, Augé, Hubermann 2015, p. 10).

A proposito del rapporto tra interpretazione e comunicazione, la questione diventa dunque se siamo in una società in cui si può transitare

Figura 1
Alcune delle trasformazioni
dell’immagine “Hobama
Hope” nella circolazione sul
Web. *Google*. Obama Hope.
Immagini. [visitato 6 gennaio
2016]. Disponibile da: https://www.google.it/search?q=obama+hope&safe=active&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwj8pdewJDKAhXJB0KHcXoD_AQ7AkIMQ#imgrc=qP0zTz305kJqM%3A

immediately analogical, the other one includes a cultural interpretation (Eco, Augé, Hubermann 2015, p. 10).

Talking of connection between interpretation and communication, the subject becomes if we are in a society where a transition is possible from text to image and vice-versa, and if these transitions influence also our imaginary. Referring again to Eco, he states that after computer coming, civilization seems to have gone back to be alphabetic, in fact his generation was used to look at much more images, go to the cinema, read comic strips and furthermore watch television. Nowadays young generations read on the computer. We got a mixed condition that is, at the same time, divided. It means that the working class still uses only images, elderly ladies, i.e., watch only television, instead the ruling class still reads (Eco, Augé, Hubermann 2015, p. 13).

No doubt, what Eco say is thought-provoking, he reintroduces in fact in other terms the “digital divide” problem, that is the possibility to use electronic resources mostly by young generations, and so making introducing a splitting process about knowledge coming from digital media.

Another no less important point of view seems to emerge today connecting images, communication and imaginary, in other words what sociologists name “making social showcase”, as regards to create growing confusion between real and imaginary, where television works exactly like a showcase able to make wider and extraordinary the social realm (Codeluppi 2012, p. 130).

Today it is however in Internet that we can observe how a “making social showcase” processes are widening, involving a growing number of individuals; in fact virtual places exist where you can create and make stable personal relationships and where also arise debates able to produce ideas and so enrich knowledge for the whole society.

So for the sociologist Codeluppi, technologies let people strengthen personal opportunities to tell and assert themselves in a social and cultural context where it really seems to be more and more difficult. Lastly technologies allow us to be more visible in such social showcase where

we used to live (Codeluppi 2012, p. 132).

A social showcase can be also interpreted at urban scale, that is as a virtual stage useful to show ideas and proposals in general about the city, or opinions on ways of life, or furthermore to say something about architecture and urbanism in our city, largely using for that purpose their own images or the ones found in the net.

If in the twenty-first century the global cities aim at building their own image, it also takes place through the electronic media that play a role that isn't entirely insignificant, both as regards their representation, yet for the diffusion of an urban imaginary.

A crucial consideration relates then the information and communication technology: if the technology by itself produces no shifting of meaning, it is also true that its use results not entirely neutral in terms of ideas or images on the city. On this subject François Asher clearly observed: «*Les techniques font rarement irruption dans une société. Elles ont une histoire. Ce*

Figure 2
Some image's “Hobama Hope” transformations, circulating on the Web. Google. Obama Hope. Immagini. [visited January 6, 2016]. Available by: https://www.google.it/search?q=obama+hope&safe=active&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwj8pdewJDKAhXJBoKHcXoD_AQ7AkIMQ#imgrc=qQpOzTz305kJqM%3A



Figura 2
Alcune delle trasformazioni
dell'immagine "Hobama
Hope" nella circolazione sul
Web. Google. Obama Hope.
Immagini. [visitato 6 gennaio
2016]. Disponibile da: https://www.google.it/search?q=obama+hope&safe=active&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwj8pdewJDKAhXJB0KHcXoD_AQ7AkIMQ#imgrc=qQpOzTz305kJqM%3A

dal testo all'immagine e viceversa, e se questi passaggi influiscono anche sul nostro immaginario. Chiamando in causa ancora Eco, dopo l'avvento del computer la civiltà sembra tornata ad essere alfabetica: «La mia generazione – scrive – vedeva più immagini; andavamo al cinema, leggevamo fumetti, inoltre abbiamo avuto la televisione. Adesso la generazione dei miei figli legge sul computer. Abbiamo raggiunto un regime misto ma allo stesso tempo socialmente separato. Ciò significa che il proletariato usa ancora solamente le immagini, le anziane signore, ad esempio, guardano solamente la televisione, mentre la classe dirigente legge ancora» (Eco, Augé, Hubermann 2015, p. 13). Senza dubbio, l'affermazione ha un carattere provocatorio e riprende in termini diversi la questione del *digital divide*, cioè dell'accesso e dell'uso delle risorse elettroniche da parte di fasce generazionali più o meno giovani, marcandone anche la ricaduta significativa sulla condivisione di saperi e esperienze consentita dai *media* digitali.

Un altro aspetto non meno importante sembra emergere oggi nell'ambito del rapporto tra immagini, comunicazione e immaginario, cioè quello che alcuni sociologi chiamano "vetrinizzazione del sociale", riguardante la creazione di luoghi di crescente confusione tra reale e immaginario, tra cui la televisione che funziona appunto come una vetrina in grado di amplificare e spettacolarizzare la realtà sociale (Codeluppi 2012, p. 130).

Oggi è però soprattutto all'interno di Internet che il processo di "vetrinizzazione" degli individui sembra diffondersi maggiormente; esistono infatti luoghi virtuali dove si creano e si stabilizzano relazioni interpersonali e si sviluppano confronti che possono generare idee e arricchire le conoscenze già patrimonio di una parte della società.

«La tecnologia – secondo il sociologo – dunque consente agli individui di rafforzare le possibilità personali di esprimersi e di affermarsi in un contesto dove ciò appare sempre più difficoltoso. Consente insomma di essere più visibili all'interno di quell'enorme vetrina sociale in cui ci si trova a vivere» (Codeluppi 2012, p. 132).

La vetrina sociale può anche essere intesa alla

scala urbana, un palcoscenico virtuale dal quale esporre idee e proposte sulle città in generale, o giudizi su modelli abitativi, o ancora esprimersi sulle soluzioni architettoniche della propria, impiegando largamente a tal fine immagini auto-prodotte o trovate in rete.

Se le metropoli globali del XXI secolo mirano alla costruzione di una propria immagine, ciò avviene anche attraverso i *media* elettronici che svolgono un ruolo niente affatto secondario, sia per quanto attiene la loro rappresentazione, sia ancora per la diffusione di un immaginario urbano.

Una riflessione cruciale riguarderà allora la tecnologia dell'informazione e della comunicazione: se le tecnologie di per sé non producono alcuno spostamento di senso, è anche vero che il loro uso non risulta essere affatto neutrale in fatto di idee o immagini di città. Su questo tema François Asher ha lucidamente osservato che: «*Les techniques font rarement irruption dans une société. Elles ont une histoire. Ce sont des acteurs sociaux qui les sélectionnent, qui en choisissent les propriétés qui les intéressent, qui les mettent en œuvre et qui pour ce faire mobilisent des savoirs, des savoir-faire ou des connaissances scientifiques particulières. Les techniques sont supports et expressions d'enjeux; elles sont saisies et agies par des acteurs*» (Ascher 1998, p. 49).

Gli attori sociali, le comunità, le società possono dunque appropriarsi e "orientare" gli strumenti tecnologici in relazione a diverse concezioni politico-culturali.

Ritornando in maniera più specifica al tema della produzione e pervasività delle immagini di città, veicolate da rappresentazioni digitali, si deve anche sottolineare come esse attingono dal *database* dell'immaginario collettivo del *web*, potenzialmente già organizzato in sequenze narrative e che, più in generale, il nostro immaginario multimediale rappresenta l'esito di condivisione di eventi e regimi di visibilità fortemente orientati dalla TV (Mapelli 2010).

Su questi temi il dibattito appare aperto: Martijn de Waal, ad esempio, nel suo recente testo *The City as Interface*, sottolinea che quando pensiamo alle tecnologie, ci rivolgiamo in primo luogo alla loro applicazione pratica. Indubbiamente esse costituiscono l'effettiva so-

sont des acteurs sociaux qui les sélectionnent, qui en choisissent les propriétés qui les intéressent, qui les mettent en œuvre et qui pour ce faire mobilisent des savoirs, des savoir-faire ou des connaissances scientifiques particulières. Les techniques sont supports et expressions d'enjeux; elles sont saisies et agies par des acteurs» (Ascher 1998, p. 49).

Social actors, communities, societies can thus appropriate and “direct” technological tools in connection to different political and cultural conceptions.

Going back more specifically to the issue of production and pervasiveness of the images of the city, carried by digital representations, it should also be pointed as they draw from the database of a collective imaginary on the Web, potentially already organized in narrative sequences, and that, more generally, our imaginary multimedia is the result of sharing events and visibility's systems strongly oriented by the TV (Mapelli 2010).

On these issues the debate seems to be open: Martijn de Waal, for example, in his recent work, *The City as Interface*, points out that when thinking about technology, we first address to their practical application. Certainly they are an effective solution to real problems or considered as such; so technologies allow to make our lives easier or more pleasant and our cities “smart” or safe, according to our desires or fears. Somehow we cannot escape their inevitable and magic power that helps to make better urban society.

De Waal, in particular, draw attention about some questions: what are the urban images conveyed by these technologies? What is the meaning of these new communication tools for the urban society?

In broad terms, from his point of view, the matter can be related to two scenarios: that envisions the “smart city” as opposed to “social city”; he also refers to Bill Gates' idea that smartphone personalizes urban experience, appearing as a beautiful vision of the future.

Beyond such a pragmatist vision embedded in Gates' words, however it is clear that devices and new channels of digital society denote increasing individual behaviors in communicating: for example there is a use of “author's”

images very similar to the advertising ones. It is the case of the latest “iPhone” campaign on expressive photo-art, accessible to everyone, conveyed by digital cameras which such devices are provided of.

A recent study published in the journal «Computers and Composition» deals with the time of “life of pictures” in the world 2.0, by connecting to their unpredictable transformation: «Images, like music, – writes Gries, the essay's author – often circulate across a wide and diverse range of physical and digital ecologies once they are distributed in networked pathways (Hawk 2011, p. 171). As images enter into new associations and transform in genre, medium, and form at seemingly simultaneous rates, divergent materializations emerge with time and space. [...] With the proliferation of the World Wide Web, social networking sites, weblogs, digital file hosting services, *YouTube*, etc., the rhetorical force, circulatory range, and dynamic transformation and transfiguration (change in functions) of images only intensify » (Gries 2013, p. 335).

“Iconographic Tracking” is a tool to analyze the images flow on the Web, it allows us to discover how these transform and contribute to social life; the author also says that we must pay special attention to the possible collective experience of a image, after it has been produced and circulated. Its rhetoric component, its persuasive power in showing meanings, is subject to unpredictable changes, differences and variations, thereby revealing how its sense is never stable (Gries 2013, p. 338). (Fig. 1, 2, 3, 4)

As further proof of what the American researcher affirms, just think how the of the “image of the city” topic on the web, it is fed by multiple discussion forums, rich in photographic images. If the images, and then also urban images, traveling in each direction on the net, gathering support or disagreement, they improve themselves with discussions, changes and comments of individuals and groups according often unpredictable paths.

The media and the city meet, then, on the ground of new technologies: *SkyscraperCity*, for example, hosts discussion on many features of the city, but the case of Milan, here assumed a great interest role, probably fueled by the re-

Figures 3, 4
Some image's “Hobama Hope” transformations, circulating on the Web. *Google*. Obama Hope. Immagini. [visited January 6, 2016]. Available by: https://www.google.it/search?q=obama+hope&safe=active&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKewj8pdewJDKAhXJBoKHcXoD_AQ7AkIMQ#imgrc=qQpOzTz305kJqM%3A



Figure 3, 4
 Alcune delle trasformazioni dell'immagine "Hobama Hope" nella circolazione sul Web. Google. Obama Hope. Immagini. [visitato 6 gennaio 2016]. Disponibile da: https://www.google.it/search?q=obama+hope&safe=active&biw=1600&bih=799&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwj8pdewJDKAhXJBoKHcXoD_AQ7AkIMQ#imgrc=qQpOzTz305kJqM%3A



luzione a problemi reali o considerati tali; così le tecnologie promettono di rendere le nostre vite più semplici o piacevoli e le nostre città più *smart* o sicure a seconda dei nostri desideri o timori. In qualche modo non possiamo sfuggire al loro magico e inevitabile potere che contribuisce a rendere migliore la società urbana. De Waal, in particolare, sollecita l'attenzione su alcune domande: quali sono le immagini urbane veicolate da queste tecnologie? Qual è il significato di questi nuovi mezzi di comunicazione per la società urbana?

In termini generali la questione, dal suo punto di vista, ruota intorno a due scenari: quello prefigurato dalla *smart city* contrapposto alla *social city* e chiama anche in causa Bill Gates, per il quale lo *smartphone* personalizza l'esperienza urbana, apparendo come una splendida visione di futuro.

Al di là delle "magnifiche sorti e progressive" adombrate nell'affermazione del magnate americano, è evidente però che *devices* e nuovi canali sociali di diffusione digitale denotano l'irrompere della dimensione individuale sia nella comunicazione, sia in particolare nell'uso delle immagini "autoriali" impiegate anche a livelli pubblicitari, come nel caso della recente campagna *iPhone* sulla efficacia espressiva e artistica a portata di tutti, veicolata dai pixel delle camere digitali di cui questi *devices* sono forniti.

Un recente studio apparso sulla rivista «Computers and Composition» sviluppa il tema della "vita delle immagini" nel mondo 2.0, connettendolo alla loro imprevedibile trasformazione: «*Images, like music, – scrive Gries, l'autrice del saggio – often circulate across a wide and diverse range of physical and digital ecologies once they are distributed in networked pathways* (Hawk 2011, p. 171). *As images enter into new associations and transform in genre, medium, and form at seemingly simultaneous rates, divergent materializations emerge with time and space. [...] With the proliferation of the World Wide Web, social networking sites, weblogs, digital file hosting services, YouTube, etc., the rhetorical force, circulatory range, and dynamic transformation and transfiguration (change in functions) of images only intensify*» (Gries 2013, p. 335).

Il "tracciamento iconografico" che è possibile effettuare nel flusso delle immagini, permette di scoprire come queste trasformano e contribuiscono alla vita sociale; l'autrice afferma inoltre che bisogna prestare una particolare attenzione all'esperienza collettiva che di una immagine viene fatta, dopo la sua produzione e iniziale circolazione. La sua componente retorica, la sua capacità persuasiva nel mostrare significati, è soggetta a imprevedibili trasformazioni, differenziazioni e variazioni, rivelando in tal modo come il suo senso non sia mai stabile (Gries 2013, p. 338, Figg. 1, 2, 3, 4) A riprova di quanto sostenuto dalla ricercatrice americana, basti pensare a come il tema dell'immagine della città nel *web* sia alimentato da molteplici *forum* di discussione, ricchi di immagini fotografiche. Se le immagini, e quindi anche le immagini urbane, viaggiano in ogni direzione in rete, raccogliendo consensi e dissensi, si arricchiscono con discussioni, trasformazioni e commenti di individui e gruppi secondo percorsi spesso imprevedibili.

I *media* e le città si incontrano dunque sul terreno delle nuove tecnologie: *Skyscraper city*, per esempio ospita spazi di discussione sugli innumerevoli aspetti delle città, ma il caso di Milano ha qui assunto una veste di eccezionale interesse, probabilmente alimentato dalla recente intensa attività edilizia che ha portato alla trasformazione di intere parti e in definitiva del suo *skyline* (Fig. 5).

Si assiste così a un pubblico che carica immagini, aggiunge commenti, giudizi e pareri sulla città, confrontandola con metropoli internazionali, o scavando nel suo passato. Immagini e testi si articolano in centinaia di soggetti differenti, restituendo un quadro composito delle attese di una comunità urbana.

Immagini e comunità interagiscono, accogliendo le dimensioni della rappresentazione e della comunicazione, dando luogo a nuovi immaginari.

Ricorrendo alla nozione di dispositivo di Foucault e alla retorica delle immagini sviluppata Barthes, è possibile considerare le immagini del *web* quali "dispositivi retorici": strumenti in grado di persuadere, plasmare, tradurre, veicolare narrazioni e retoriche. In virtù di

cent intense building activity that led to change large pieces and ultimately its skyline. (Fig. 5) So there is to a community that loads images, add comments, opinions and views of the city, comparing it to international cities, or digging up its past. Images and texts consist of a hundred different subjects, giving a mixed picture of the expectations of an urban community. Images and communities interact, welcoming the dimensions of representation and communication, giving place to new imaginary.

Adopting the idea of “*dispositif*” from Michel Foucault and the images’ rhetoric from Roland Barthes, it’s possible looking at images on the

web like “*dispositifs rhétoriques*”: tools able to convince, to shape, to translate, to convey narratives and rhetorics. By virtue of this visual dimension, they provide access to a vast amount of nuances, capable of collecting and revise ideological, political and media components. Through the imaginary produced of the Web, are moving tendencies, epistemologies and paradigms: the extensive use of iconic components reveals how the figurative contribution represents a crucial element, both forming a same feeling and revealing common aspirations towards the city, lastly expressing a visual heritage and representational visions otherwise impossible to communicate.

Figure 5
Architectural solutions’ collage coming from Web for a new Piazza Loreto in Milan (Romanato 2015, plank 182).



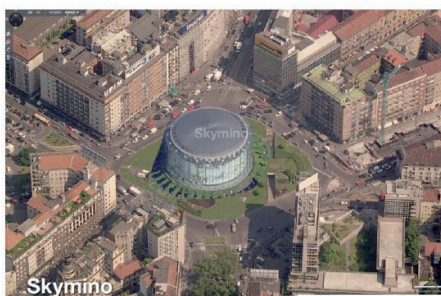
Skymino. Cinema IMAX. Rotonda tra Waterloo Road, Stamford Street, York Road e Waterloo Bridge. Londra. Postato 04.05.10.



Feo. "Times square". Postato 22.03.11.



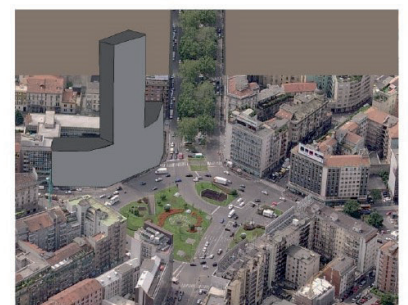
GENIUS LOCI. Proposta di Luigi Mattioni per piazzale Loreto. Postato 02.11.12.



Skymino. Proposta per piazzale Loreto ispirata all'IMAX di Londra. Postato 04.05.10.



Skymino. Proposta per piazzale Loreto ispirata Times square. Postato 27.04.10.



tommolo. Proposta per piazzale Loreto. Postato 02.11.12.

questa dimensione visuale, esse danno accesso a una vasta mole di sfumature, capace di raccogliere e rielaborare componenti ideologiche, politiche e mediatiche.

Attraverso l'immaginario prodotto dal *web*, si muovono orientamenti, epistemologie e paradigmi: l'esteso ricorso alle componenti ico-

niche mette in luce come l'apporto figurativo ne rappresenti un elemento centrale, sia per la formazione di uno stesso sentire e per l'espressione di comuni aspirazioni nei confronti della città, esprimendo in definitiva un patrimonio visuale e di visioni raffigurative altrimenti impossibili da comunicare.

Figura 5
Collage di proposte
architettoniche reperibili nel
Web per una nuova Piazza
Loreto a Milano (Romanato
2015, tav. 182).

Bibliografia / References

- ASCHER, F., 1997. *Métapolis ou l'avenir des villes*. Parigi: Odile Jacob, pp. 346.
- Aut Aut*. 347 *Web 2.0. Un nuovo racconto e i suoi dispositivi*, 2010, pp. 208.
- BELTING, H., 2013. *Antropologia delle immagini*. Roma: Carocci, pp. 340.
- CODELUPPI, V., 2012. *Ipermondo. Dieci chiavi per capire il presente*. Roma-Bari: Laterza, pp. 158.
- DE WAAL, M., 2014. *The City as Interface. How the new Media are changing the City*. Rotterdam: NAI010 Publishers, pp. 208.
- ECO, U., AUGÈ, M., HUBERMANN, D., 2015. *La forza delle immagini*. Milano: Franco Angeli, pp. 89.
- FOCILLON, H., 2002 (1934). *Vita delle forme. Elogio della mano*. Torino: Einaudi, pp. 134.
- GOMBRICH, E., 1999. *L'uso delle immagini. Studi sulla funzione sociale dell'arte e sulla comunicazione visiva*. Milano: Leonardo Arte, pp. 290.
- GRIES, L. E., 2013. Iconographic Tracking: A Digital Research Method for Visual Rhetoric and Circulation Studies. *Computers and Composition*. 30, 2013, pp. 332-348.
- HALL, E., 1959. *The Silent Language*. Garden City: Anchor/Doubleday, pp. 240.
- HALLIDAY, M., 1978. *Language as Social Semiotic*. London: Arnold, pp. 256.
- HAWK, B., 2011. Curating Ecologies, circulating musics: From the public sphere to sphere publics. In DOBRIN, S. (Ed.). *Ecology, writing theory, and new media*. London: Routledge, pp.67-91.
- KENNEDY, J., 1982. Metaphor in Pictures. *Perception*. 11, 1989, pp. 589-605.
- MAPELLI, M. M., 2010. *Per una genealogia del virtuale. Dallo specchio a Facebook*. Milano: Mimesis, pp. 220.
- MCLUHAN, M., 1962. *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto: Routledge and Kegan, pp. 293.
- ONG, W., 2002. *Orality and Literacy. The technologizing of the word*. New York: Routledge, pp. 216.
- ROMANATO, M., 2015. *Comunità di immagini urbane*. Tesi di Dottorato, Politecnico di Milano, vol. I *Testo*, pp. 320, vol. II *Immagini*, pp. 212.