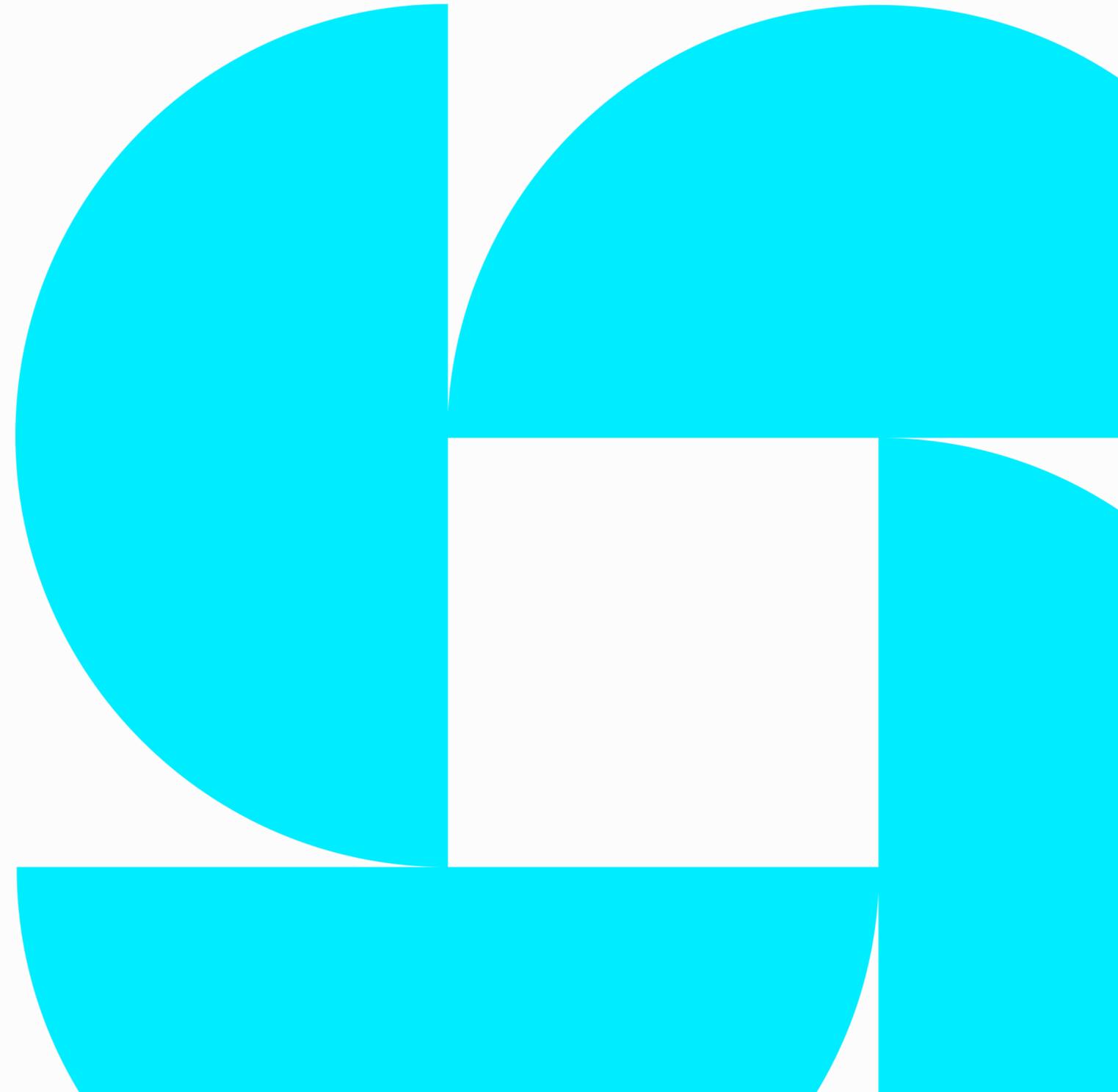


IA E DESIGN

MUTAMENTI NELLA FORMAZIONE
E NELLA PROGETTUALITÀ

GIANNA ANGELINI PER APIL - 26.09.2024



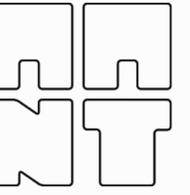
Generative AI 3 years ago VS now 🤖



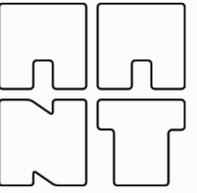
A partire dal 2022 e, con estrema certezza, a partire dal 2023, abbiamo capito che **GENERARE** non è una prerogativa dell'uomo e della sua **CREATIVITÀ**.

Questo **crollò di credenza** ha messo in crisi praticamente ogni settore del nostro vivere quotidiano. Alcuni punti che vorrei trattare con voi oggi:

- qual è il confine tra **VERO** e **FALSO**
- come cambia il concetto di **CREATIVITÀ**
- cosa succede al **DESIGN**
- come cambia il mondo della **FORMAZIONE**

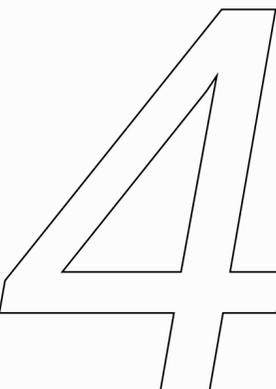
A large cyan graphic element on the left side of the page, featuring a semi-circle at the top and a vertical bar on the left, with a white rectangular area in the center containing the text.

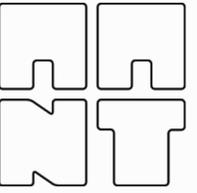
IL CONFINE TRA VERO E FALSO



INIZIAMO CON UNA PROVOCAZIONE.

Quello che vedete è interamente prodotto sulla base di un testo verbale.



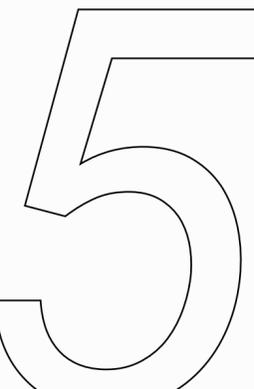


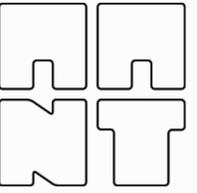
Le domande attorno al rapporto tra **REALTÀ** e **FINZIONE** non sono nuove e hanno a che fare con il nostro modo di percepire ciò che ci circonda.

Gli **OGGETTI REALI**, infatti, esistono di per sé, ma noi non riusciamo a coglierli se non attraverso **FLUSSI** di **SEGNI** in base ai quali diamo **ORDINE** al **DISORDINE** della nostra **ESPERIENZA**.

Il nostro rapporto con la realtà non è immediato, ma filtrato da una serie di rappresentazioni che ognuno di noi costruisce per sé.

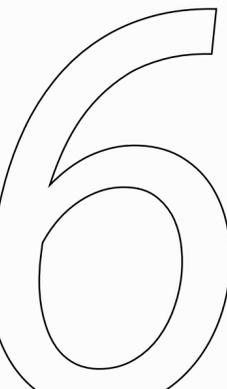
Quanto queste rappresentazioni siano aderenti al reale, dipende dal mezzo che usiamo per filtrare la realtà stessa.





CON L'AVVENTO DEL DIGITALE,
IL MONDO ENTRA NEL REGNO
DEL FALSO ASSOLUTO.
MOLTO PRIMA
DELLA DIFFUSIONE
DELL'IA GENERATIVA.

“Nel mondo digitale, la cultura umana entra nel regno del «**falso assoluto**». Ciò è dovuto, in primo luogo, alle caratteristiche materiali di questa tecnologia: tutto ciò che nella realtà può essere oggetto di rappresentazioni digitali può esserne anche oggetto privo di riferimento ontologico. [...]. In secondo luogo, il dominio del falso assoluto è causato dal potere dell'accumulazione quantitativa: l'immagine di un volto ringiovanito può circolare nei social network in modo così intenso e virale che finirà per rappresentarne l'identità nel web. In terzo luogo, il dominio del falso assoluto è causato dalle sue nuove modalità di creazione: in precedenza, il gioco del falso era giocato tra falsari e intenditori (ad esempio, nel campo dell'arte); ora questo gioco è sempre più giocato da algoritmi, con risultati ampiamente imprevedibili” (M.Leone: 2023)

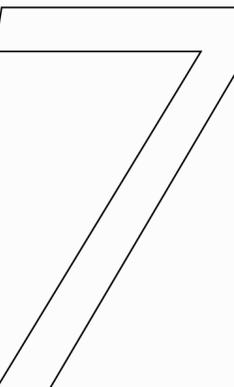


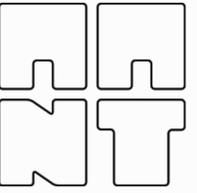


Vivere in un mondo caratterizzato dal falso assoluto vuol dire assistere, come aveva previsto **Marc Augé** alla fine degli anni '90 alla dissoluzione dell'equilibrio tra immaginario individuale, immaginario collettivo e finzione narrativa.

In questo sfaldamento non è solo difficile distinguere l'immaginario dalla realtà, ma la realtà stessa subisce un processo di finzionalizzazione estremo, ma avviene una **perdita di contatto con l'altro** e quindi con la stessa realtà.

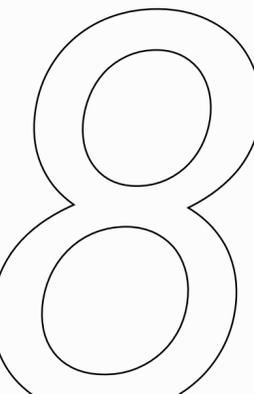
Una **crisi** quindi non solo sociale, ma **individuale**.

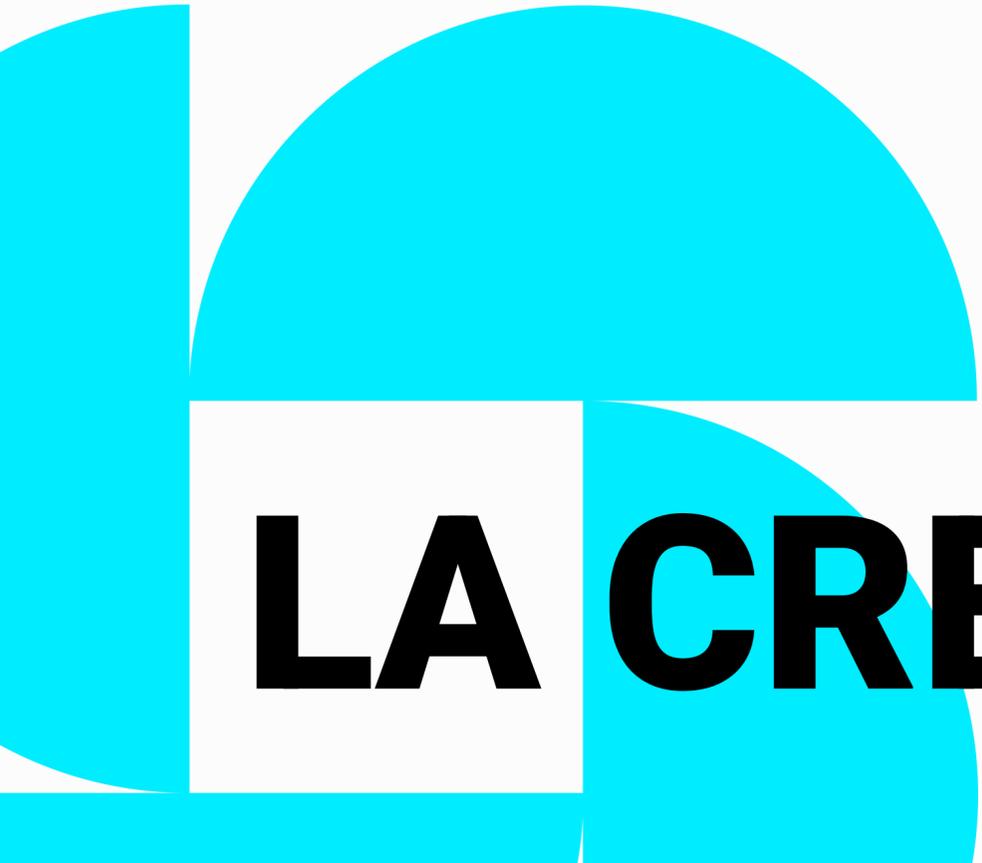
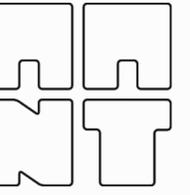




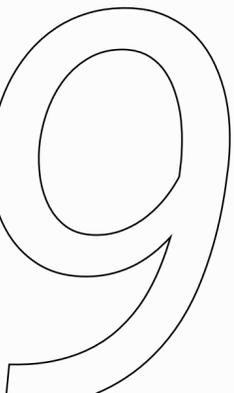
L'IA generativa rende visibile
questa fusione, da certi punti di vista
la **estremizza** e cristallizza questa crisi
trasformando definitivamente il nostro
rapporto con la **REALTÀ**, che va riconquistato.

Il ricorso al **CAPITALE SEMANTICO**.





LA CREATIVITÀ





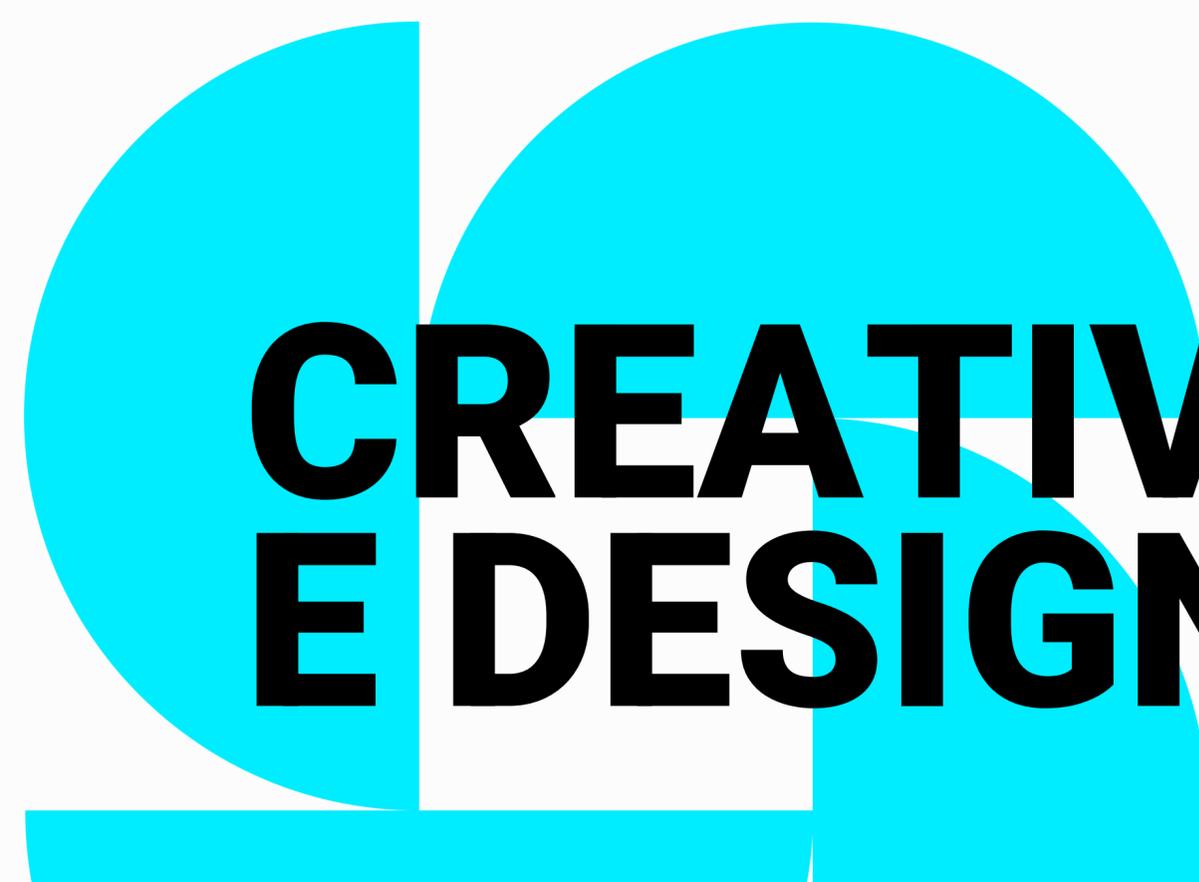
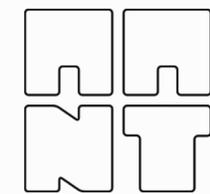
“Non si dica che non ho detto niente di nuovo, la disposizione degli argomenti è nuova. Quando si gioca alla pallacorda, da una parte e dall'altra si gioca con la medesima palla, ma uno la piazza meglio. Sarei anche contento che si dicesse che mi sono servito di parole antiche. Come se gli stessi pensieri non formassero il corpo di un altro discorso con una disposizione diversa, così come le stesse parole formano pensieri diversi con una disposizione diversa.”

Pascal, Frammento 590



I sistemi di intelligenza artificiale possono sostituire compiti noiosi e lasciare la parte di lavoro più strategica e significativa al lavoratore umano. L'intelligenza artificiale può anche accelerare e sviluppare la creatività nell'organizzazione suggerendo nuove direzioni, ispirando nuove idee e persino creando nuovi prodotti. Invece di sostituire la creatività umana, l'intelligenza artificiale può creare un'esperienza più piacevole e produttiva.

Pagani, Jablokov (2022)

A large cyan graphic element on the left side of the page, featuring a semi-circle at the top, a vertical bar on the left, and a horizontal bar at the bottom, all overlapping a larger cyan circle.

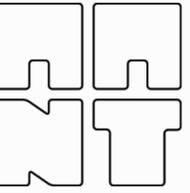
CREATIVITÀ E DESIGN



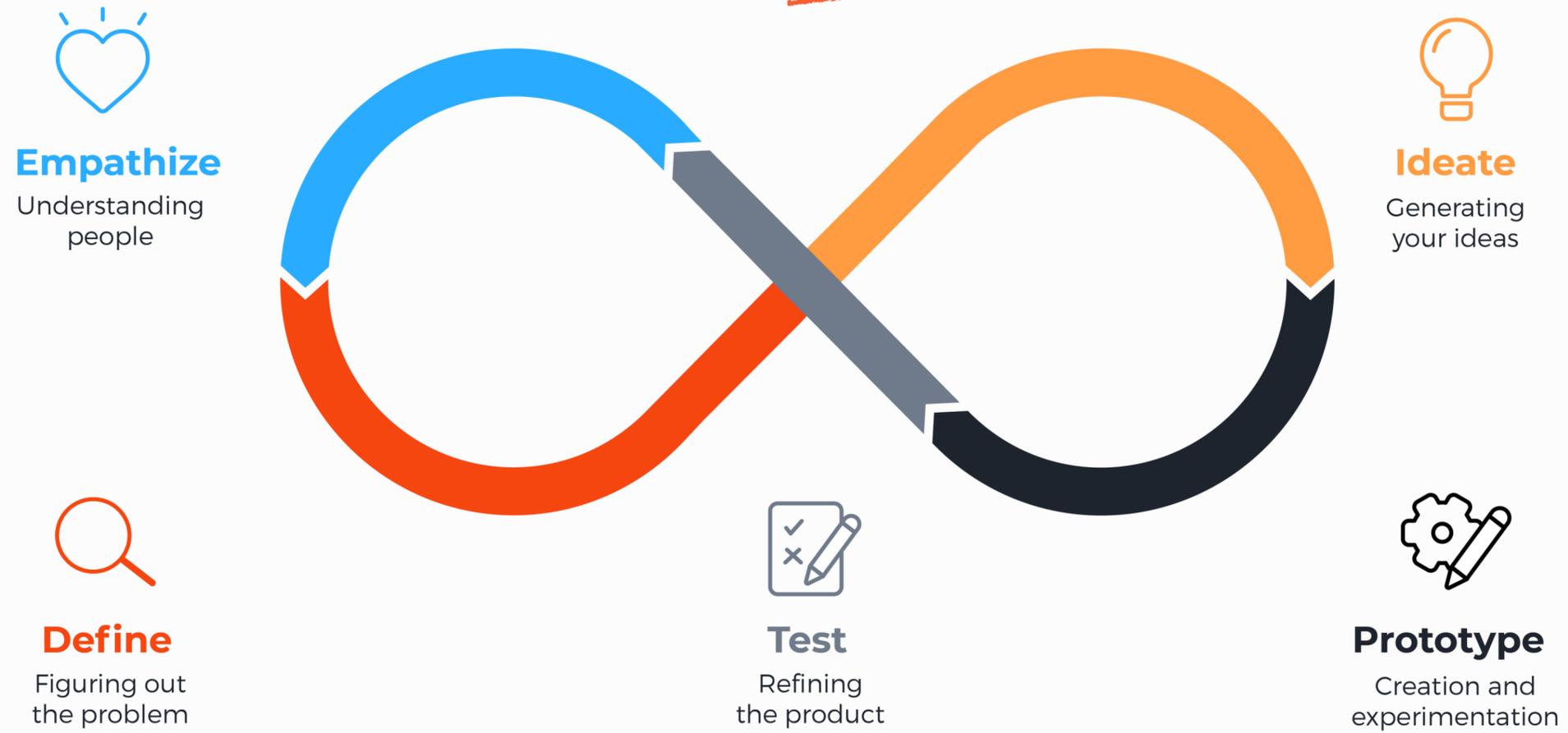


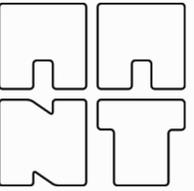
Ogni prodotto che può essere definito di design viene pensato, idealmente plasmato e prodotto, seguendo una **metodologia di ricerca della soluzione del problema di carattere abduttivo**.

Per questo motivo, la **creatività** è, da sempre, alla base della sua stessa definizione.



DESIGN THINKING





DESIGN THINKING


Empathize
Understanding people


Define
Figuring out the problem




Test
Refining the product


Ideate
Generating your ideas


Prototype
Creation and experimentation

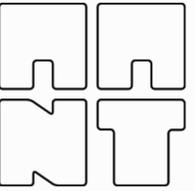
L'approccio del **Design Thinking** è, ad oggi, sicuramente l'approccio più utilizzato nel Design per favorire la generazione di idee creative.

Un processo di innovazione **human-centered** che enfatizza il processo di osservazione, collaborazione, visualizzazione di idee, prototipazione e business analysis.

Potenzialmente, l'IA può essere implementata in tutte le fasi del DT.

Cosa implica questo?





DESIGN THINKING


Empathize
Understanding people


Define
Figuring out the problem

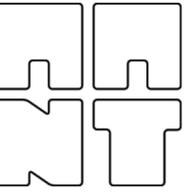



Test
Refining the product

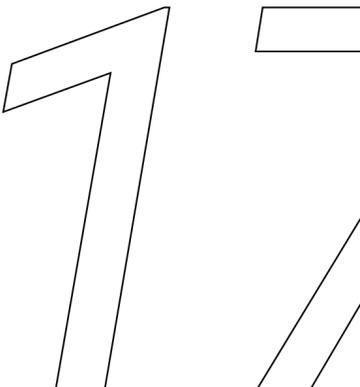

Ideate
Generating your ideas

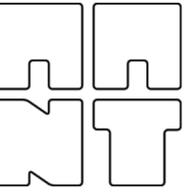

Prototype
Creation and experimentation

- il processo non è e non sarà più **human centered**, cosa che apre a considerazioni legate al superamento della stessa definizione classica del design (dall'uomo per l'uomo);
- i gruppi di lavoro adatti alla gestione del processo di ricerca ed ideazione del prodotto possono essere studiati in modo più efficace;
- l'IA può esaminare i comportamenti degli individui nel contesto di applicazione, cosa che elimina la necessità di osservatori esterni per il monitoraggio e l'attivazione di bias nell'interpretazione;
- l'IA contribuisce ad **accelerare l'analisi di dati** risultanti da indagini di mercato.

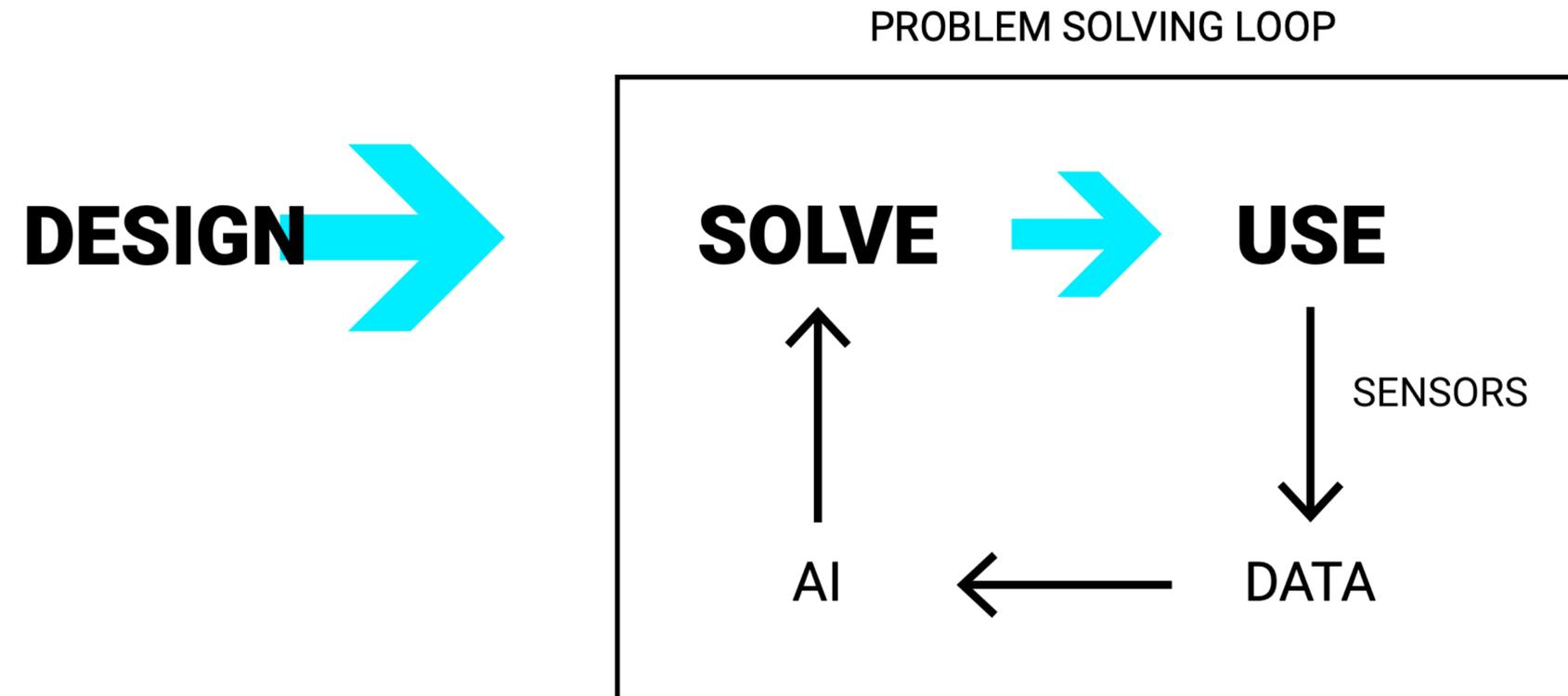


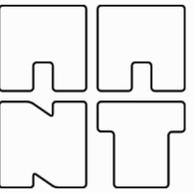
METODO TRADIZIONALE





DT + AI: A NEW WAY OF THINKING





“Designers in generative design focus more on defining the design space and establishing design requirements to generate several designs rather than thinking about the physical design of the product. Additionally, *rather than iterating on the physical features of the product, designers modify the inputs to influence the design outcomes.* This constraint-driven design results in a different way of thinking”.

Saadi, Yang (2023)



Adidas ad generated with AI



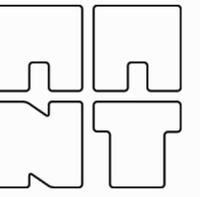
La domanda sull'apporto di creatività al prodotto di design ha una valenza duplice:

1. di carattere **ideativo**:

la soluzione proposta è davvero innovativa?
risolve il problema in modo nuovo?

2. di tipo **valutativo**:

in base a quali criteri valutare il grado di creatività proposta?

A graphic consisting of two overlapping cyan circles. The left circle is partially behind the right one, and they overlap in the center.

SENSEMAKING

21



È nella natura stessa del design quella di cercare problemi (problem finding) e offrire delle soluzioni per risolverli (problem solving).

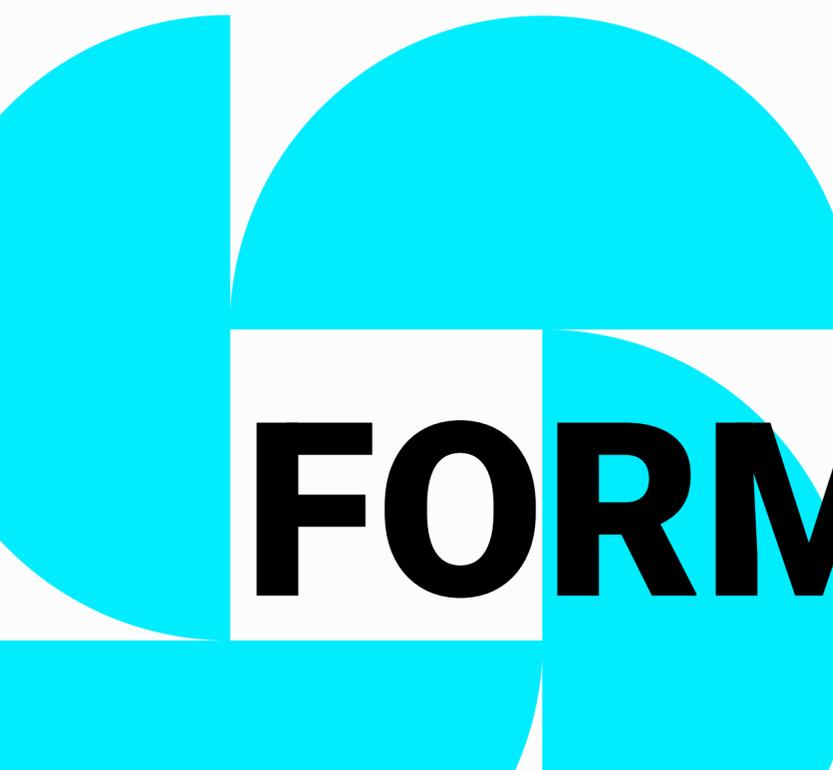
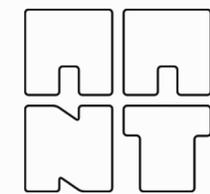
Sono di solito dei committenti che trovano i problemi e i designer le persone designate a risolverli. Una delle conseguenze probabilmente più impattanti dell'integrazione dell'IA nel processo creativo e produttivo del design è quella di **spostare sempre di più il focus di attenzione dei designer sulla ricerca del problema** piuttosto che sulla sua soluzione.



L'IA è, infatti, in grado di proporre soluzioni variegata allo stesso brief, quello che non riesce a fare è valutare il problema stesso.

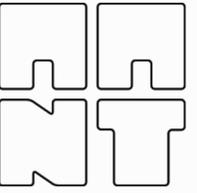
Il fatto che esso sia degno di essere affrontato, per esempio, sia etico, opportuno, o semplicemente utile nei termini di un'evoluzione costruttiva di un sistema.

Si tratta dell'attribuzione di senso (sensemaking) che assumerà un ruolo sempre più di primo piano quale fattore che permetterà di individuare di cosa occuparsi e perché.

A decorative graphic on the left side of the page, featuring two overlapping cyan circles. The top circle is partially cut off by the left edge, and the bottom circle is also partially cut off. The word 'FORMAZIONE' is written in bold black capital letters across the center of these circles.

FORMAZIONE

24



*"We inhabit a world of matter, and we inhabit a world of meaning...
it is the interplay between these two which defines the human situation
- whether for the individual, the social unit, the state,
or for the human race as a whole"*

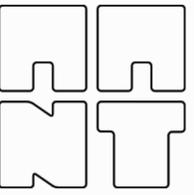
Halliday MAK (2005:65-66)

24



Il **design**, attraverso l'iterazione di idee e modelli, **progetta "rappresentazioni"** che si mostrano al nostro sguardo e finiscono per abitare la nostra mente.

Il **design** produce **DISCORSI**, un insieme di saperi, miti, comportamenti e pratiche sociali accomunati in massa.



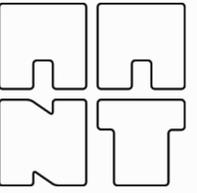
I discorsi innescati dal design, contribuiscono alla definizione della **NARRAZIONE** del nostro contemporaneo e, quindi, anticipano la narrazione del nostro futuro.

L'IA può aiutarci a rendere più performante la nostra idea di **NARRAZIONE**, ma non può e non deve sostituirsi all'uomo per la sua previsione.

In questo senso, per quanto possiamo ritenere l'IA creativa, sarà sempre l'essere umano ad avere in mano le redini dell'immaginazione.

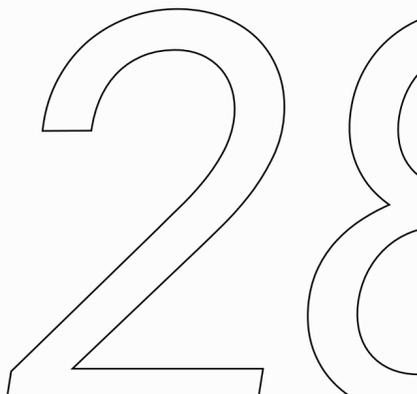
Ma anche l'immaginazione va coltivata.





"Quel che si impara in modo esplicito studiando l'intelligenza artificiale è fragile, quel che si impara usandola è robusto, ma è solo la conoscenza dell'intelligenza umana e di quella artificiale che è antifragile"

Paolo Legrenzi (2024:16)





La simbiosi uomo-macchina (tipica della nostra era postumana) accentuata e resa imprescindibile dall'inserimento sempre più invasivo dell'IA nell'automatizzazione dei processi e nella generazione di prodotti e servizi, espande lo stesso campo di competenze richieste per l'approccio al design.

La nascita di un **augmented design**, un design ibrido, implica la necessità di esplorare nuove possibilità etiche ed estetiche, ma soprattutto **lo studio di nuovi paradigmi** (prima che tecnici concettuali).



I designer del futuro:

come formarli per essere pronti alla sfida dell'IA senza esserne vittime.

1. Alfabetizzazione controllata
2. Rafforzamento culturale
3. Diffusione di un nuovo paradigma conoscitivo: **IL MANIFESTO.**



IL NOSTRO MANIFESTO SCIENTIFICO

L'Accademia delle Arti e Nuove Tecnologie (AANT) si impegna a promuovere una visione audace e progressista nel campo del design che comprende l'impegno nello sviluppo di un paradigma educativo e creativo che abbraccia e usa in termini trasformativi il potenziale delle tecnologie emergenti. Il manifesto scientifico riflette i principi fondamentali che guidano la nostra missione e si fonda su 5 pilastri:

1. OLTRE L'UMANO
2. OLTRE LA TRANSIZIONE
3. OLTRE IL CONTEMPORANEO
4. OLTRE LA TECNOLOGIA
5. OLTRE L'ACCADEMIA



1. OLTRE L'UMANO

L'essere umano è un attore in un complesso ecosistema di relazioni che abbraccia altre entità non necessariamente umane, la biosfera, l'ambiente, le organizzazioni, le istituzioni, e altro ancora.

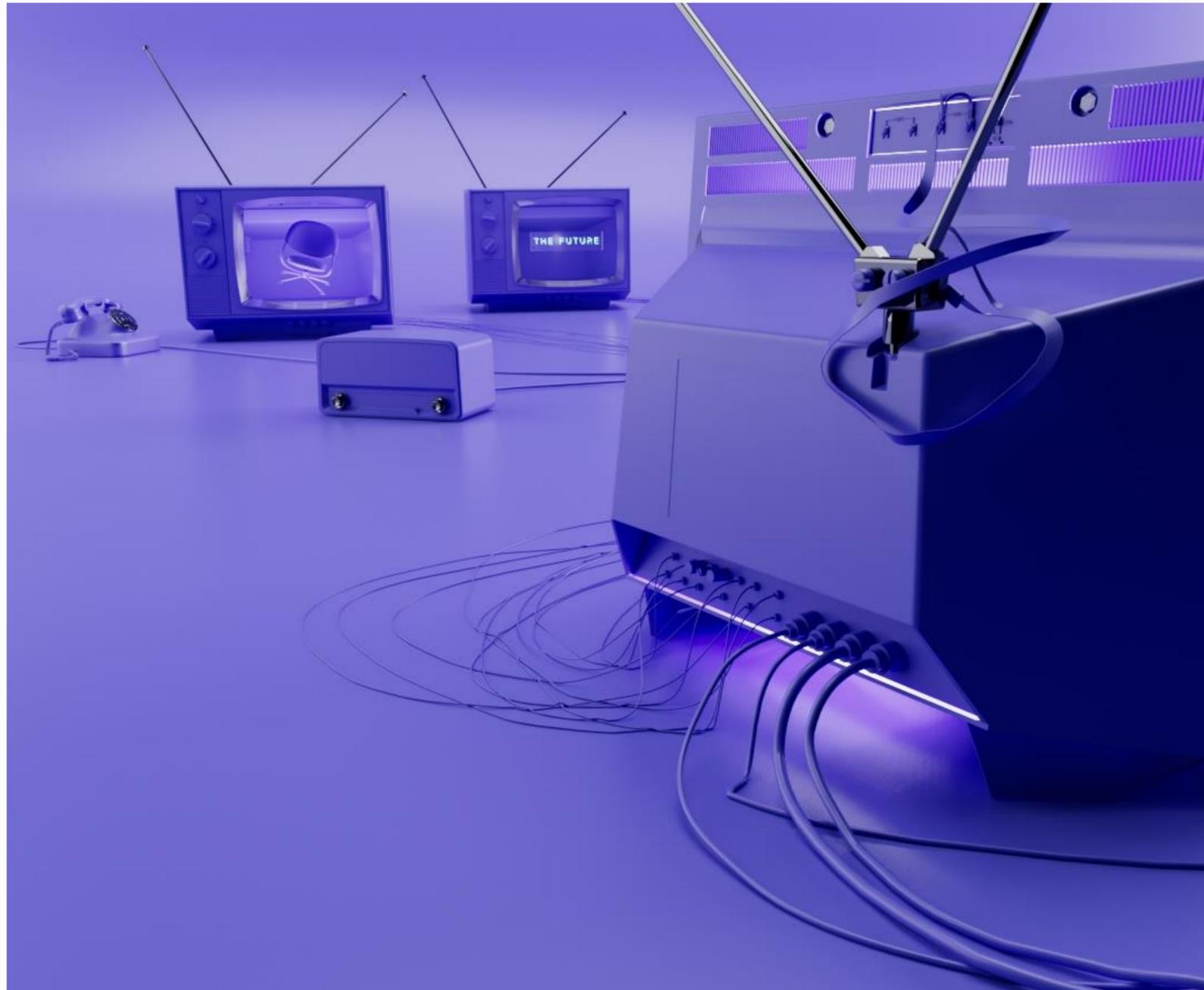
Consapevole della necessità del passaggio da un modello di Human Centered Design ad uno di Ecosystem Design, AANT riconosce la validità di un approccio che richiede una progettazione basata sulla comprensione delle connessioni e delle interdipendenze, anziché sulla centralità dell'individuo.



2. OLTRE LA TRANSIZIONE

Ogni azione che aspiri ad un cambiamento individuale e collettivo non può essere intrapresa se non in termini progettuali.

Se il cambiamento atteso è radicale, profonda e radicale deve essere la progettualità che lo stimola. Questo implica promuovere l'ibridazione tra arte, design e tecnologia in un'ottica generativa e soprattutto trasformativa, nella consapevolezza che la tecnica sia al servizio della didattica e che le tecnologie avanzate (come l'intelligenza artificiale e sistemi ad essa connessi) rappresentino solo un mezzo di accelerazione della capacità di cambiamento della progettazione. Saper andare oltre i confini disciplinari vuol dire accogliere il nuovo e l'incerto.



3. OLTRE IL CONTEMPORANEO

Il motore della nostra visione avanguardista è il desiderio di anticipazione dei tempi, necessaria per la manipolazione del futuro. Cerchiamo di spingere costantemente i confini del design, sfidando le convenzioni e cercando soluzioni creative innovative per le sfide sottese al presente.



4. OLTRE LA TECNOLOGIA

La progettazione nel design, anche la più visionaria, richiede una solida base di competenze apprese e l'apprendimento condiviso è il fondamento dell'evoluzione.

AANT si impegna a bilanciare innovazione e tradizione per stimolare la capacità critica individuale, senza la quale la visione perde profondità.



5. OLTRE L'ACCADEMIA

Riconoscendo il valore intrinseco dell'educazione come veicolo di crescita personale, inclusione sociale e progresso globale, AANT promuove la collaborazione tra docenti, studenti, istituzioni educative e tecnologiche per sviluppare soluzioni condivise a livello nazionale ed internazionale, nel rispetto della diversità di genere, etnia, orientamento sessuale e altre caratteristiche personali.

