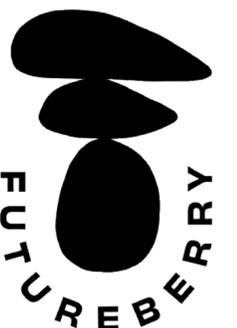


IT'S

SOME

THING

Esperimenti di creatività e socialità
nell'era dell'hype artificiale



3

Editoriale

4

Tra upskilling e reskilling
vince la fiducia

Francesca Sole D'Alessandro

7

Ora e sempre,
sperimentazione

Rebecca Pedrazzi

10

L'opportunità oltre l'hype

Ilaria Merola

14

Litigare per creare

Giuseppe Bob Liuzzo

18

Parlare la lingua della macchina

Roberto Beragnoli

22

Generazione AI o
della co-creazione?

Alexandra Gripenhoftner From, Siri Crespi

26

AI CREATIVE
HACKATHON

29

Le opere

→ Editoriale

Quando arriva una tecnologia nuova, le reazioni sono varie ma due sono particolarmente visibili e rumorose: tutti i nostri problemi sono risolti oppure l'umanità è spacciata. A ben guardare però si tratta della stessa reazione, un binario che corre dritto come utopia e distopia senza che niente e nessuno, né coscienze, né intelligenze, né volontà possano intervenire.

È con grande sollievo che, durante il primo AI Creative Hackathon organizzato da Futureberry, il binario si sia tenuto lontano, lasciando spazio a dubbi, speranza, tentativi e sperimentazioni, sia nelle opere create dai partecipanti intorno al tema "Di cosa sono fatti i corpi?" sia nel dibattito sull'impatto dell'intelligenza artificiale nel mondo creativo che ha coinvolto la giuria e il pubblico.

Le persone che si erano raccolte intorno all'evento venivano da background e esperienze diverse ma avevano in comune il parlare al presente: per loro la sperimentazione degli strumenti dell'AI, l'indagine su benefici, mancanze, rischi, opportunità, era lingua quotidiana. Non ci sono state previsioni traballanti

o promesse per un ipotetico futuro in cui qualcuno avrebbe fatto questo o quello, ma racconti di una continua sintesi personale tra quello che c'era, quello che c'è e quello che ci sarà.

È stato vitale e concreto, ne volevamo ancora, quindi siamo tornati dalla giuria e dalle vincitrici dell'hackathon per continuare il discorso iniziato e, possibilmente, aprirne di nuovi. È nato così "It's something", scampoli di discorsi su creatività, innovazione e responsabilità. Un piccolo breviario che racchiude questo qualcosa di cui sentiamo parlare da mesi e mesi, per provare a capire e razionalizzare.

La diffusione di creatività, innovazione e responsabilità nel mondo organizzativo è la direzione di Futureberry e nel vedere la stessa incessante voglia di trovare modi nuovi per stare nelle sfide di oggi ci esaltiamo non poco.

Roberto Beragnoli, membro della giuria, ha evidenziato come le startup che nascono su base - ad esempio - ChatGPT avranno vita breve perché

OpenAI ha tutti gli strumenti per capire le opportunità di ogni uso e integrarle nei propri servizi, in una tendenza molto marcata al monopolio. Ma, aggiunge, **"arriverà sempre qualcuno che nel momento in cui c'è troppa chiusura ti riaprirà la strada"**.

Ecco, passata la prima fase di sbalordimento, hype e terrore, ora che sembra esserci più chiusura in chi sviluppa sistemi di intelligenza artificiale, è il momento di aprire la strada, fare comunità, chiedere, provare e sbagliare.

Questo è un appello per tutti coloro che vogliono fare la differenza e creare un impatto sulla costruzione e sull'applicazione di sistemi di intelligenze artificiali generative e che non vogliono soluzioni fisse, chiuse, decise da qualcun altro. Nei prossimi mesi organizzeremo incontri, hackathon e progetti - è il momento giusto per uscire dalla retta utopia/distopia e immergersi nelle realtà possibili.

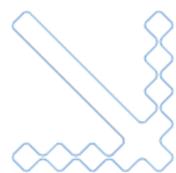
Tra upskilling e reskilling vince la fiducia

Così le Risorse Umane gestiscono il delicato equilibrio
nell'introduzione ai modelli artificiali nelle organizzazioni



Francesca Sole D'Alessandro
HR Learning e Development Manager

Tra upskilling e reskilling vince la fiducia



“Di solito la direzione HR è sempre quella che tanto sa, ma non nel tempo giusto, perché vieni coinvolto dopo che il business ha già pensato e condiviso, e a noi rimane da scoprirne l'impatto”. Francesca Sole è HR Learning e Development Manager in Sky, in prima linea nella divulgazione aziendale di strumenti e processi legati alle intelligenze artificiali. Nella raccolta dei need aziendali rispetto alla nuova piattaforma aziendale su 900 persone coinvolte 830 hanno segnalato di poter accedere a corsi sulle AI. **“È stato il primo vero momento in cui abbiamo capito che questa cosa, questa entità, stava effettivamente arrivando in modo preponderante all'interno di tutto quello che noi stavamo facendo”**.

In sistemi organizzativi complessi, che funzionano a più velocità, il caso più illuminante che ci racconta Francesca è quello della popolazione che si occupa della produzione televisiva, un

gruppo che oggi si muove a proprio agio negli sviluppi algoritmici. “L'esigenza è nata da loro, l'esigenza ma anche la proposta, hanno iniziato a lavorarci e avendo dalla loro la sponsorizzazione del responsabile è stato un processo virtuoso. Da lì in poi è nata un'influenza positiva nella leadership. Questo ha portato tutti i nostri leader ad essere consapevoli che il paradigma del lavoro di domani si invertirà e probabilmente una serie di cose verrà fatta in modo diverso”.

Un report di IBM stima che il 40% della forza lavoro dovrà riqualificarsi a seguito dell'implementazione dell'intelligenza artificiale e dell'automazione nei prossimi tre anni. **“Oggi siamo i primi che si stanno formando, abbiamo bisogno di capire, anche perché HR a bordo serve nei processi, il secondo step sarà quello di semplificare questi processi e influenzare positivamente la quotidianità di tutti”**.



INSIGHT

I processi aziendali di ottimizzazione dovranno essere accompagnati da una fiducia da parte della leadership nelle suggestioni provenienti dal basso, così come da una sensibilità rivolta ai timori e ai dubbi delle popolazioni aziendali.

Ora e sempre, sperimentazione

Il ruolo dell'arte nell'interpretare la realtà e la relazione
con le aziende



Rebecca Pedrazzi
Storica e Critica d'Arte

Ora e sempre, sperimentazione



Rebecca Pedrazzi è la persona giusta per aiutarci a contestualizzare la rivoluzione AI in una storia più ampia di sperimentazione, strumenti e trasformazioni della creatività. Storica dell'arte, giornalista in ambito artistico, Rebecca ha di recente curato la prima mostra collettiva di artisti italiani sulla Intelligenza Artificiale, "L'opera d'arte nell'epoca dell'Intelligenza Artificiale", che richiama il saggio del 1936 di Walter Benjamin "L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica". Parlare con lei è un continuo tracciare rotte tra epoche e discipline diverse e questo perché, nel cambiamento di contesti e strumenti, quello che fanno gli artisti è sempre stato – e sempre sarà – sperimentare. **"La connessione con l'hic et nunc, con quello che offre la società, l'artista ce l'ha sempre avuto: dallo studio della matematica arriva la prospettiva nell'arte, dalle ricerche sull'ottica, arrivano gli impressionisti, dalla rete e dagli algoritmi arriva la computer art"**.

Dal suo osservatorio, segnala che gli artisti di oggi indagano tematiche profondamente contemporanee, come la relazione tra uomo, ambiente e crisi climatica e che le loro riflessioni sono particolarmente potenti anche perché possono attingere e rielaborare set di dati imponenti, anche grazie alle tecnologie. Questa capacità degli artisti di tradurre, reinterpretare e comunicare è vitale anche per le aziende. Il rapporto tra committenti e artisti non è cosa nuova, a cambiare è l'identità dei committenti. Se ieri era il Vaticano, oggi sono aziende di tutti i tipi – grandi, medie, piccole – che cercano sempre di più nel rapporto con l'arte un momento di crescita per le proprie comunità interne e i propri dipendenti, rendendoli parte attiva del processo creativo.



INSIGHT

Il mestiere del curatore è sempre più rilevante.

Avere una figura che parla lingue diverse ed è capace di selezionare ciò che è più coerente con gli obiettivi e le identità può fare la differenza tra un progetto significativo e un brusio di fondo.

La curatela dei contenuti e di knowledge base eticamente solide è una competenza di fronte a cui l'intelligenza artificiale ci mette ogni giorno e che ha bisogno di connessioni nuove.

L'opportunità oltre l'hype

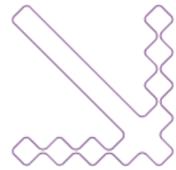
Trovare l'equilibrio tra entusiasmo e business nell'era
delle intelligenze artificiali



Ilaria Merola

Generative AI Education Lecturer

L'opportunità oltre l'hype



Ilaria, designer e fondatrice di Futura AI, progetto online che propone corsi e laboratori di sperimentazione attraverso strumenti digitali, è convinta che oltre l'hype ci sia una seria opportunità per i moderni designer e creativi. **“Tutti ne parlano, le organizzazioni hanno integrato il tema nel loro racconto, soprattutto la parte social, ma di progetti reali oggi è difficile trovarne”** ci racconta durante la chiacchierata, aggiungendo però che in questo delicato passaggio risiede la vera opportunità. **“Ho trovato uno spazio in cui inserirmi tra il far vedere e l'effettivo... certo poi diventa una questione di risorse.”** Secondo i dati emergenti infatti oggi le aziende che citano le intelligenze artificiali riescono ad attrarre dal 15% al 50% in più di investimenti, ma secondo aziende come Microsoft c'è anche bisogno di un cambio di paradigma per cui le

intelligenze artificiali vanno integrate dove veramente possono generare impatto, ancora prima di essere una leva comunicativa. Ilaria ne è certa, gli strumenti a disposizione oggi sono strumenti decisivi per mettere insieme elementi che prima difficilmente riuscivano a coesistere.

“La velocità è la vera potenza dello strumento, perché alla fine lo scenario non è cambiato.” E la velocità è quello che alimenta l'hype: una gara in corso a chi arriva prima che però è solo agli inizi. Ma oltre l'hype l'opportunità è sempre quella di riscoprire qualcosa di nuovo su come l'intelligenza naturale funziona, **“c'è sempre bisogno di noi, della nostra creatività”** conclude Ilaria con un sorriso.

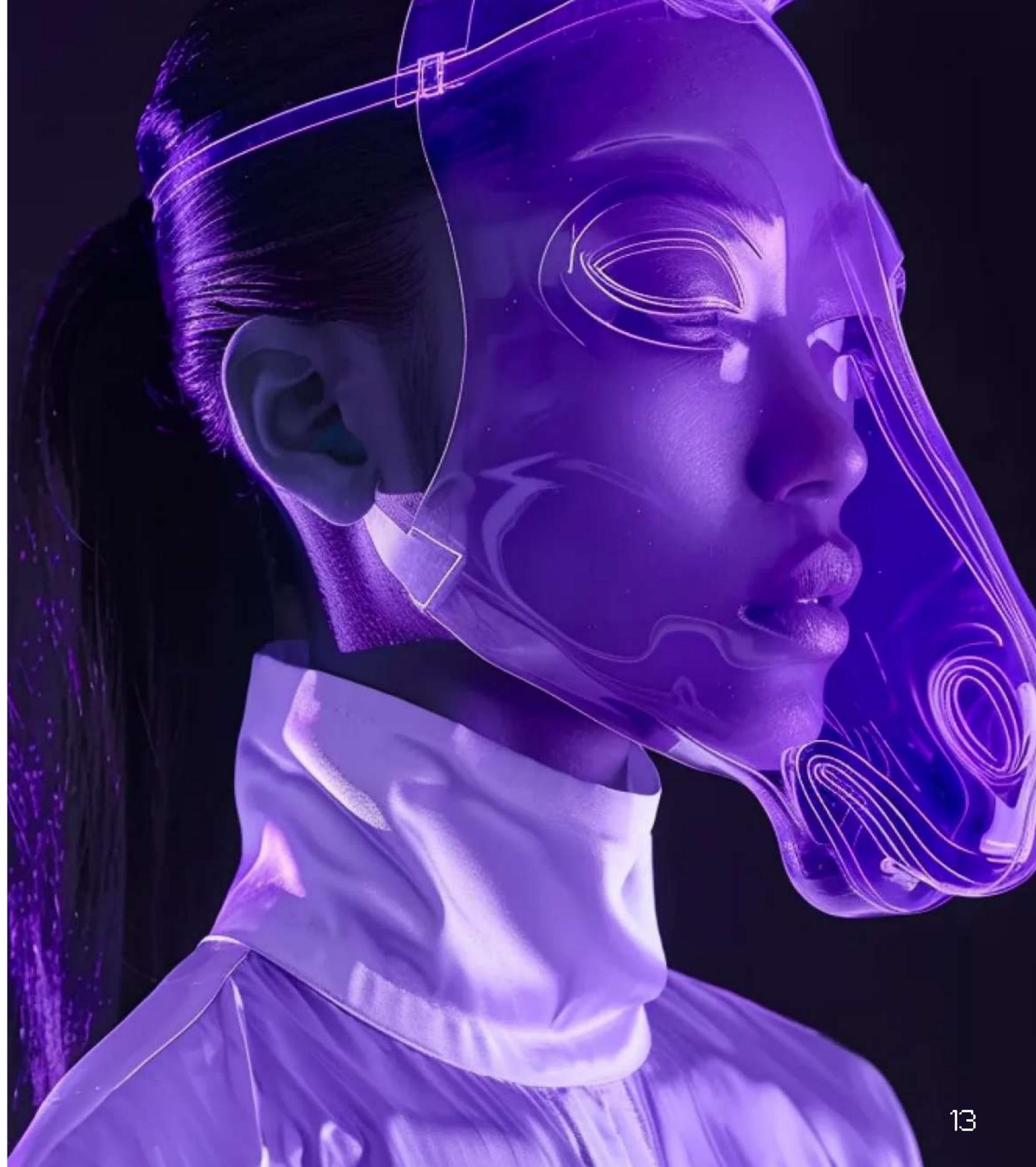


INSIGHT

Oggi le aziende che citano le intelligenze artificiali riescono ad attrarre dal 15% al 50% in più di investimenti, ma c'è anche bisogno di un vero cambio di paradigma per cui le intelligenze artificiali vanno integrate dove veramente possono generare impatto, ancora prima di essere una leva comunicativa.



In questa pagina: Due opere generate per Futura AI Academy



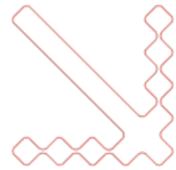
Litigare per creare

Il rischio del lavoro creativo non è l'AI ma la paura di sbagliare



Giuseppe Bob Liuzzo
Brand and Graphic Designer

Litigare per creare



Giuseppe Bob Liuzzo è la versione in carne, ossa e occhiali da sole del suo amato Etna. Professionista multiforme – designer, docente, comunicatore, traduttore di culture in immagini – Bob fa quello che predica: i lavori non muoiono ma cambiano e bisogna cambiare con loro, lasciando inalterato il nucleo fondamentale, che è il senso di quello che si fa. E il senso ultimo della comunicazione è arrivare a connettersi con il target per migliorare lo status quo.

Le intelligenze artificiali generative sono uno strumento in grado di rendere più efficiente questo obiettivo, il tool che è utile solo quando si filtra il rumore di fondo e si arriva a comprendere bisogni, desideri e caratteristiche del target. In efficienza e velocità c'è anche il rischio di fondo delle AI generative: **“Prima facevi 10, con l'AI puoi fare 100 e le aziende ti chiedono 1000”**. L'aspettativa dei committenti di immedia-

tezza, velocità e superproduzione porta una diluizione dell'idea creativa e dell'impegno verso le persone a cui si comunica e quello è proprio il nucleo centrale che non deve mai perdersi.

Quindi? Quindi per essere un buon designer – dato per scontato che si sappiano usare gli strumenti contemporanei – bisogna capire il fondamento di quello che viene chiesto senza nascondersi dietro agli analytics, imparando a litigare con i committenti per spingere la capacità di sperimentazione fino in fondo. Bob ci riporta lo sconcerto dei suoi studenti alla frase: **“I tuoi migliori clienti saranno i tuoi migliori amici”**, che per lui invece è un mantra. Non perché non sappia distinguere personale e pubblico, ma perché i clienti con cui discutere, litigare, confrontarsi, saranno quelli con cui si andrà più lontano, con cui creare di più, meglio, più forte. Che sia con retino e pennello, con photoshop o con una AI generativa.



Giuseppe Bob Liuzzo

INSIGHT

Nel marketing non si sperimenta abbastanza.

Le aziende che conducono sperimentazione nell'adv registrano un aumento delle prestazioni di circa il 45%, ma sono poche a farlo.

La paura del fallimento riduce il potenziale creativo e non può essere sconfitta impiegando solamente le nuove tecnologie, ma risvegliando il desiderio di un impatto reale e di conversazioni significative.



In questa pagina: Opere tratte
rispettivamente dal progetto
Sant'(AI)gata e NO PROMPT



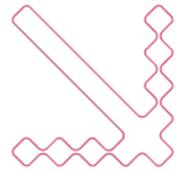
Parlare la lingua della macchina

Il valore del linguaggio nella comprensione
di modelli e algoritmi.



Roberto Beragnoli
Filosofo e Generative Artist

Parlare la lingua della macchina



“La mia impressione è che abbiamo integrato il modo in cui abbiamo lavorato con questi strumenti”. Roberto descrive così la sua esperienza come beta tester nello sviluppo di GPT-3, il modello linguistico alla base delle moderne AI. **“Non aveva ancora l’elemento chat, è venuto dopo, in un certo senso l’abbiamo costruito noi tester in base a come lo abbiamo utilizzato”.**

Roberto Beragnoli è un generative artist con un background da filosofo e sviluppatore, il suo progetto “Journey to Italy” è stato citato da riviste e giornali, ad oggi collabora attivamente con il MEET Centro di Cultura Digitale. Roberto ci racconta di come nell’ambito generativo si soffra sempre di più la standardizzazione dei modelli: **“Ho la sensazione che ci sia una tendenza alla chiusura, a rendere delle immagini medie in modo che arrivi il primo utente inesperto e possa generare qualcosa di cui è soddisfatto”.** Il percepito è che ci sia uno scollamento tra il linguaggio che utilizziamo e gli strumenti a nostra disposizione,

con una progressiva chiusura rispetto alla complessità. Roberto però è convinto che anche nei momenti di chiusura ci sarà sempre spazio per innovare e sperimentare. **“Tutto quello su cui si basano le piattaforme e che noi utilizziamo deriva da studi comunitari e accademici, so come funziona scientificamente, ho a disposizione il codice che me lo fa funzionare, se ho delle competenze tecniche io non ho limitazioni”.**

La capacità di linguaggio rimane una chiave di validazione importante nel contesto delle intelligenze artificiali, una cartina di tornasole per interpretare la portata di uno strumento in questo settore. Roberto ne è convinto, ma è anche consapevole che con la commercializzazione di questi strumenti all’interno delle organizzazioni si stia perdendo consapevolezza in termini di competenze trasversali, **“da parte degli informatici c’è poco interesse a capire filosoficamente questi meccanismi e da parte dei filosofi c’è poco interesse a capire l’informatica, c’è bisogno di figure poliedriche”.**



Roberto Beragnoli

INSIGHT

Se le organizzazioni si apriranno a nuovi modelli, le competenze richieste per i vari ruoli cambieranno e saranno necessarie figure che fondano l'abilità analitica dell'intelligenza artificiale con l'intuizione umana e l'intelligenza emotiva.



In questa pagina: Due opere tratte da "Journey to Italy"



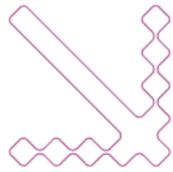
Generazione AI o della co-creazione

Come Generazione Z e intelligenze artificiali co-creano
all'ombra delle sfide di domani



Alexandra Gripenhoftner From + Siri Crespi
Studentesse

Generazione AI o della co-creazione



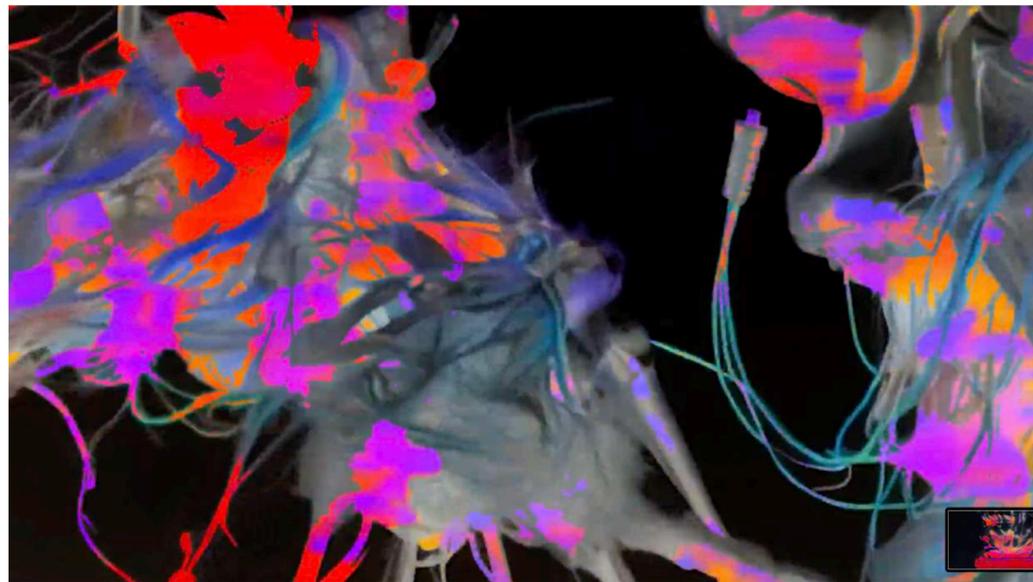
L'opera vincitrice dell'AI Hackathon di Siri Crespi e Alexandra Gripenhoftner è lisergica, piena di stimoli sintetici ma con un'anima molto umana. Le due studentesse di NABA, Nuova Accademia di Belle Arti, rispettivamente di 25 e 27 anni, hanno costruito in poco meno di due ore un lavoro di co-creazione che ha radici nello spirito di apertura delle nuove generazioni verso le intelligenze artificiali. **“Alla fine, soprattutto durante un hackathon, quando il tempo è limitato, tutto dipende dalle tue idee, dalla tua, non so, estetica, che è una parte importante della capacità di creare qualcosa, ma avere accesso agli strumenti forniti dall'intelligenza artificiale apre davvero un nuovo mondo. In alcuni casi è come avere Photoshop o altri strumenti digitali, è solo che apre un mondo più grande”**, ci raccontano Siri e Alexandra.

La Generazione Z ha caratteristiche uniche in termini di sviluppo professionale, valori e comportamenti. Uno degli aspetti più importanti rimane comunque il potenziale del loro lavoro di ispirare e coltivare la creatività. Una frase risuona più forte delle altre durante la videochiamata: **“Bisogna provare ad essere flessibili e aperti al dialogo mentre lavori con questi strumenti. Ovvero come possiamo lavorare insieme e non contro ciò che l'intelligenza artificiale può fare?”**. La palla passa nel campo dello sviluppo tecnologico: **“Un'altra cosa di cui abbiamo effettivamente discusso è il timore che i modelli delle intelligenze artificiali continueranno a generare un tipo specifico di estetica, questa è una cosa preoccupante perché significa che l'asticella dello sviluppo si è fermata”**.



INSIGHT

Le competenze delle nuove generazioni saranno una solida base per affrontare la complessità dell'intelligenza artificiale nei futuri contesti organizzativi, ma gli strumenti dovranno dimostrarsi all'altezza del pensiero critico e delle sensibilità dei nuovi creativi.



PRIMO PREMIO
FORM/FRAME

Un video che mostra come il concetto di corpo trascenda i limiti fisici della pelle, manifestandosi in una relazione ibrida tra rappresentazione fisica e visualizzazione mentale.

AI CREATIVE HACKATHON

A playground where AI explorers & organizations converge to shape a new frontier of creativity and innovation.



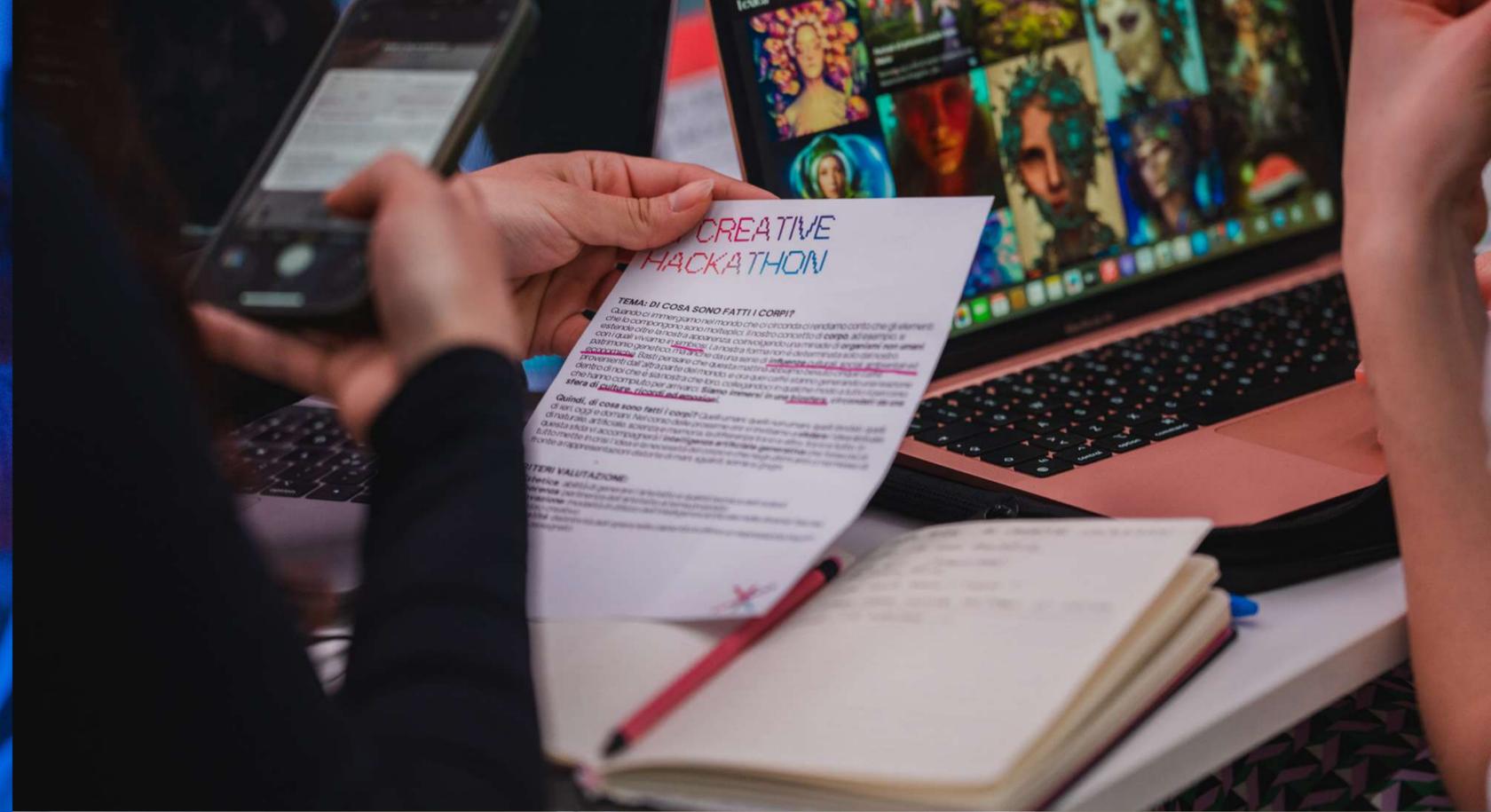
Il 17 aprile 2024, presso WAO C30, Futureberry ha organizzato il primo AI Creative Hackathon, un evento che ha visto la contaminazione artistica e sperimentale tra appassionati di AI e artisti generativi.

Durante l'hackathon, i partecipanti hanno lavorato per due ore alla creazione di opere d'arte in linea con il tema proposto, riflettendo sulla complessità del corpo umano e non umano, nonché sulla simbiosi tra noi e l'ambiente circostante. In totale, 65 tra studenti, professionisti e curiosi esploratori, hanno partecipato individualmente o in gruppo, dando vita alla loro visione artistica utilizzando l'AI come strumento principale.

Se nella caffetteria di C30 i partecipanti si sfidavano a colpi di prompt, nell'auditorium hanno avuto luogo diversi incontri: la presentazione di un magazine interamente AI generated, speed debates tra i visitatori, un'accesa round table con la giuria dell'hackathon. Da qui sono emersi sogni, aspettative, aspirazioni collegati all'AI generativa, ma soprattutto tante domande, che sono ciò che ha spinto Futureberry all'approfondimento del tema e alla realizzazione di questo editoriale che tieni proprio ora tra le mani.

Nelle prossime pagine vi riportiamo tutte le opere prodotte dai partecipanti, ma vi invitiamo anche a scansionare il qr code qui a fianco per vederli nella loro completezza.





In questa pagina: Alcuni snapshot dell'AI Creative Hackathon del 17 aprile, con i partecipanti che garriggiano, la giuria che delibera e la festa finale!



SECONDO PREMIO
Simone Grimaldi

EVOLUZIONE ADATTIVA
Un video generativo che ipotizza
la forma del corpo mutata secondo
regole di adattamento esotiche.



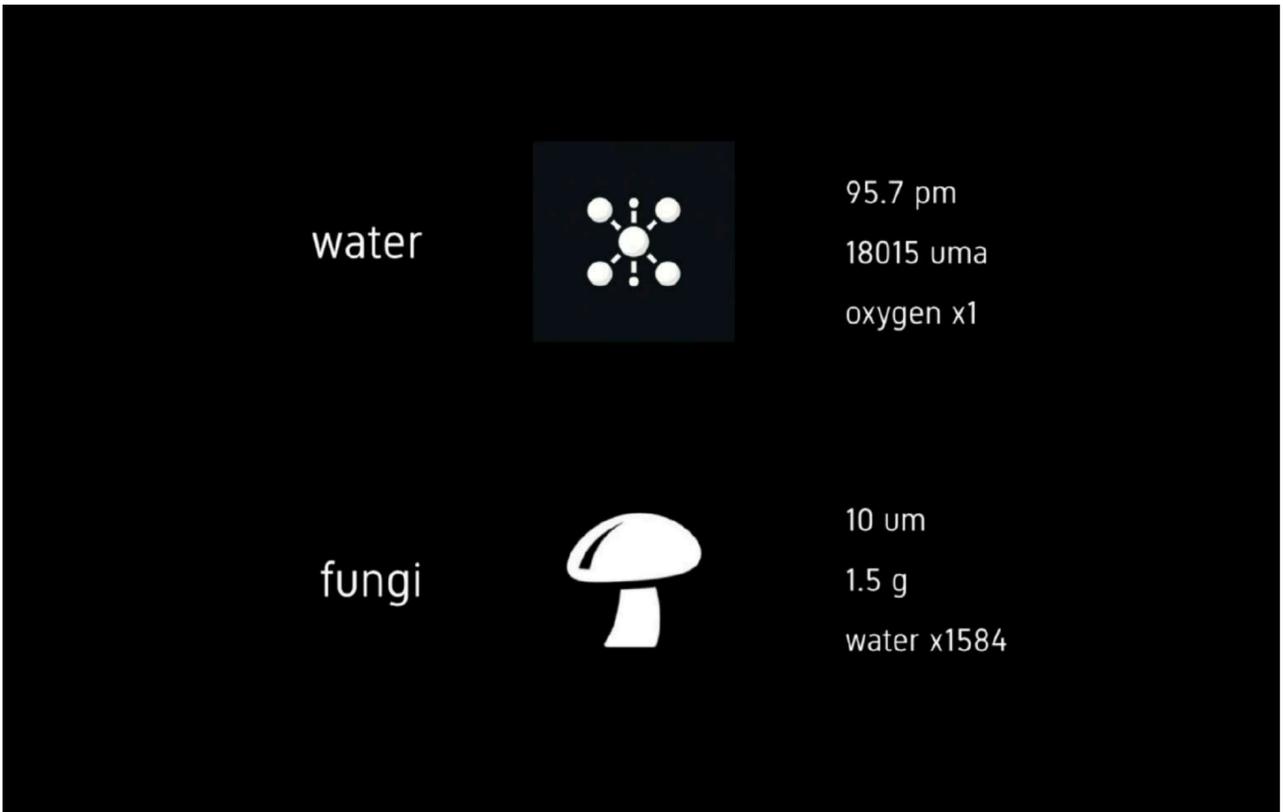
PREMIO DEL PUBBLICO
Adelasia Maggi
Catarina Retroz Marques

ECHO — The Butterfly Effect Experience

Un'esperienza immersiva che invita i partecipanti a contemplare la potenza di ogni gesto, mostrando come anche le azioni più insignificanti possono avere un impatto profondo su tutto ciò che ci circonda.



Anya Melis, Luigi Mottola, Rachele Tozzini



Claudio Callegari, Chiara



Alessandro Rossi, Paolo Burato



Alessia Zucca, Federico Ruggieri



Giulia Stucchi, Johanne Hustoft, Elena Galina



Guna Sai Krishna, Anvay

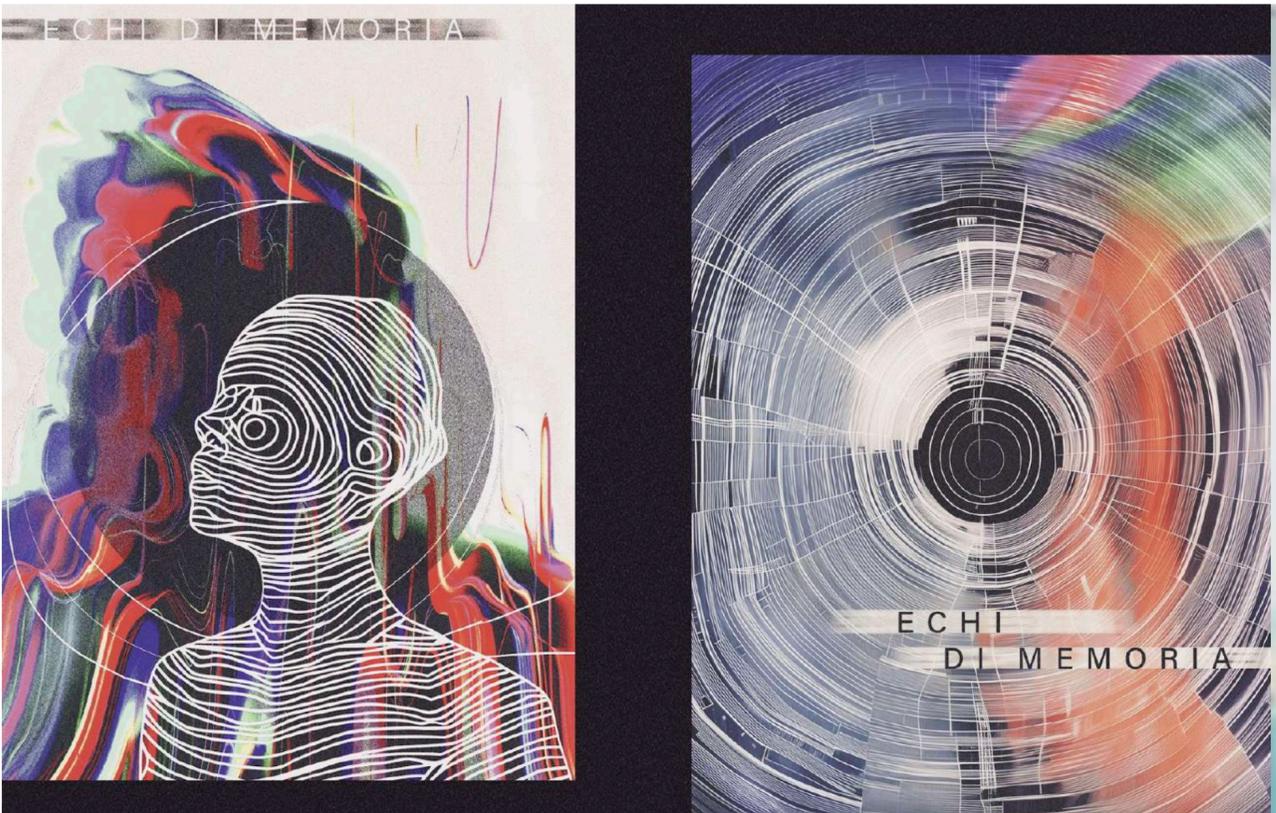


Asya Ugur, Ginevra Amadio

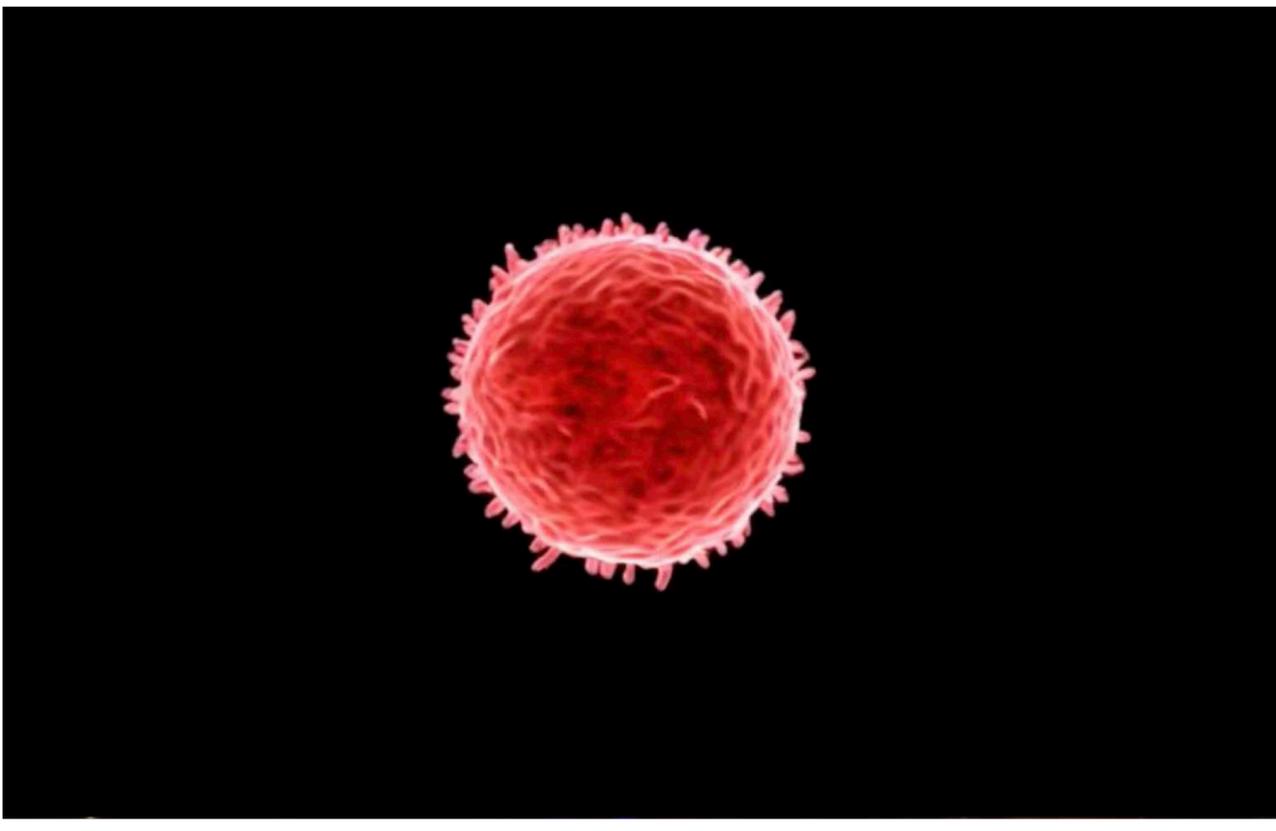


Giulia Gravina, Sofia Panetta, Serena Tavernese, Matteo Menconi

Luisa Zhou, Andrea Gilardi, Giulia
Giordano, Anna Negro



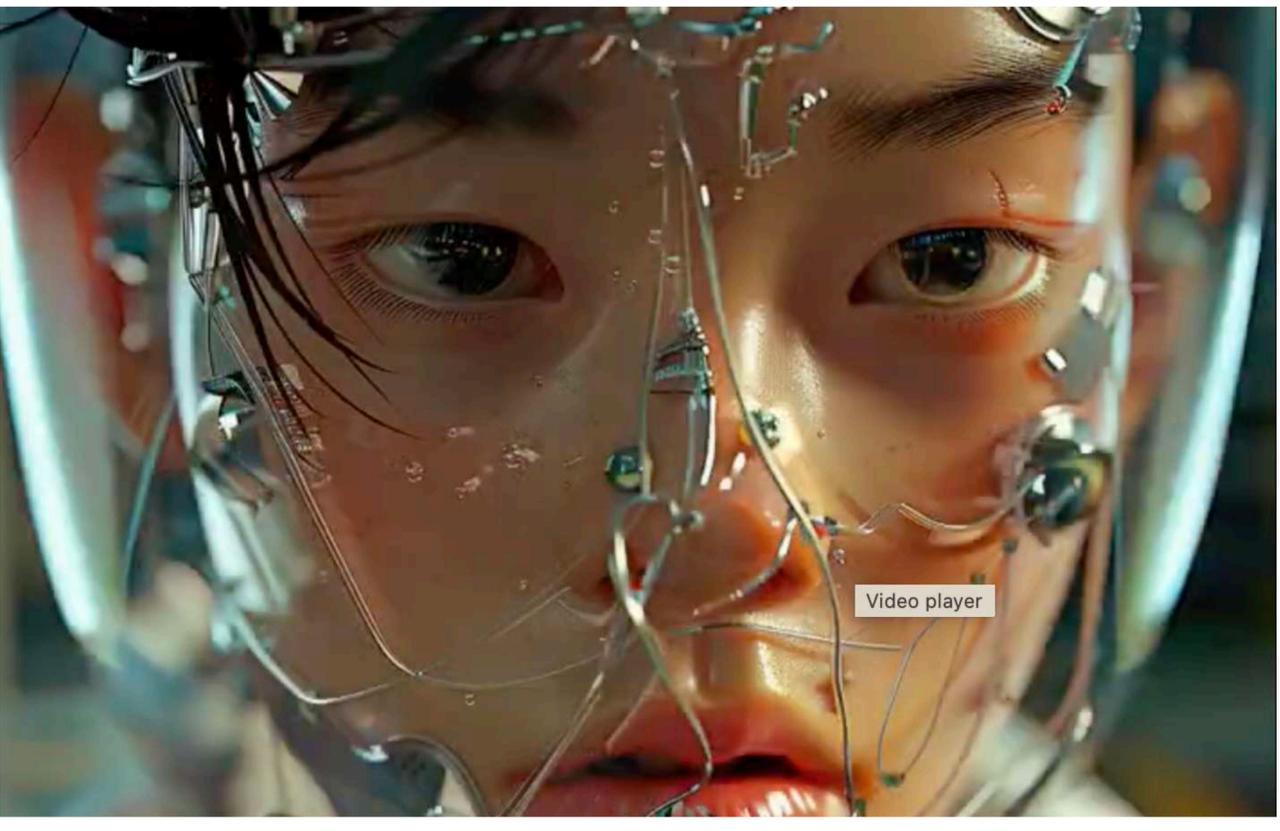
Odoardo Marra, Sofia Imperiale



Inkar, Toghshan Seitkulova



Carruba Leonardo, Franceschini Giulia,
Huqi Daniela



Mathias Favoino, Baroni Alessandro,
Cerquigini Alessio, Fu Federico



Sara Sisti, Martina Caronte



Leo Sandoli, Malavika Kanampara,
Minseo Park



Luca Bruni, Nicola Quadrio





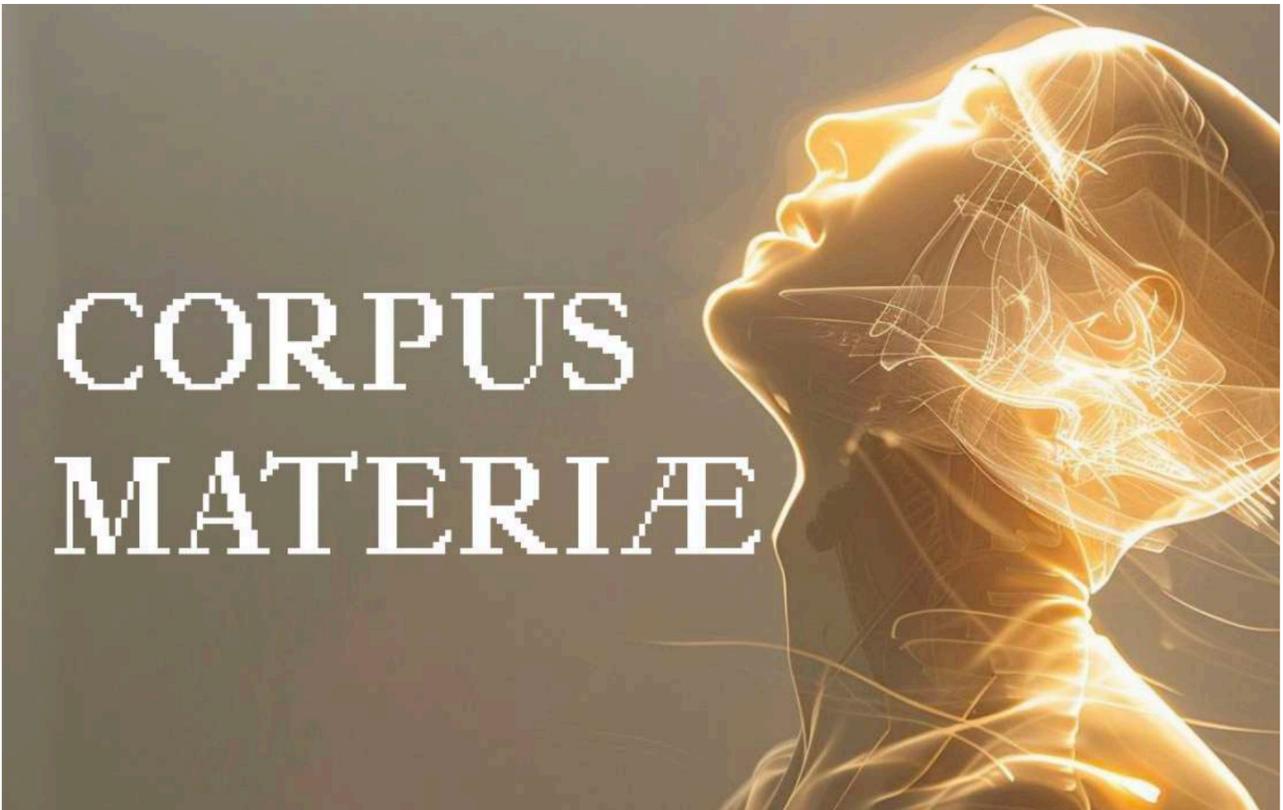
Serena Petraglia, Marina Giodani,
Beatrice Ulivi, Alessandro Guerra



Davide Russo



Tommaso Chiusi



Francesco D'Angela



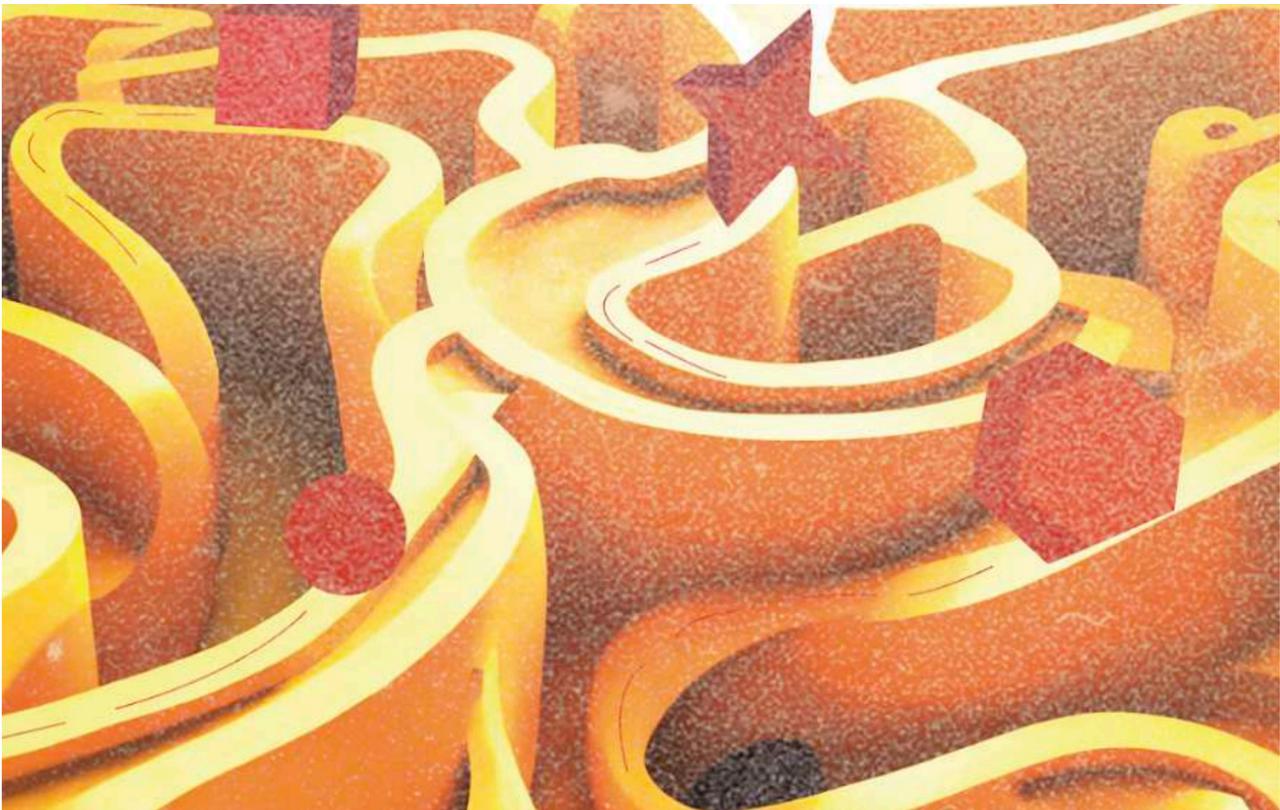
Yu Zheng, Han Che



Francesco Boccadoro



Carlo Munaretta



Giorgia Martucci



Tutto parte con
il Big Bang?

Manuel Gullotta



Roberta Vargas



Pietro Vincenti



Matteo Scolari

Ci vediamo al prossimo

AI CREATIVE HACKATHON!

Questa pubblicazione è
stata realizzata con cura
e curiosità da:

