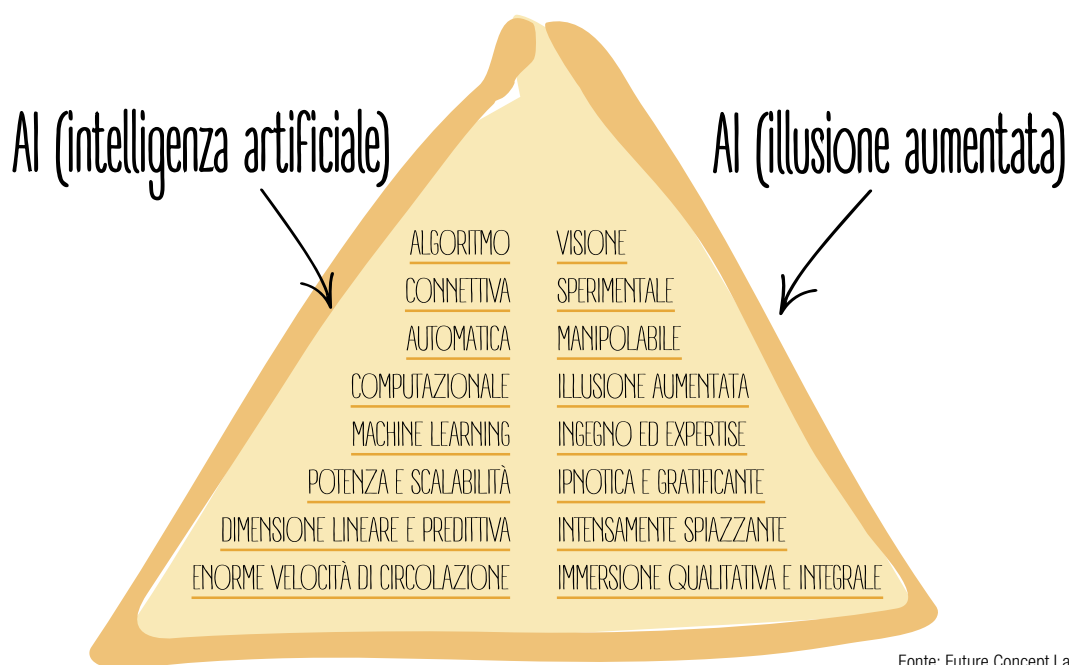


Praticare L'ILLUSIONE AUMENTATA

Costituisce un valore aggiunto all'intelligenza artificiale e non la sua alternativa contrapposta. Un nuovo potente filtro di realtà

di
Francesco Morace
@FrancescoMorace



N

el mondo della comunicazione e del retail si parla sempre più spesso di trasformazione digitale e di realtà aumentata. Le tecniche più raffinate di intervento sulla percezione dei luoghi e delle esperienze, arrivano a lambire la dimensione della vendita, dell'acquisto, della scelta di consumo: l'esempio più consueto, che ha trovato diverse applicazioni, è quello dei camerini per la prova

dei capi di abbigliamento all'interno di negozi e centri commerciali, che per ora non ha riscosso il successo atteso. L'intenso lavoro sulla realtà aumentata ha attivato una potenzialità digitale -spesso non consapevole e valorizzata nel quotidiano- che riguarda anche un'altra dimensione, che sembra avere ben più presa nell'esperienza quotidiana: l'illusione aumentata. La logica dell'alta definizione implica infatti non solo il

riconoscimento sempre più diffuso di una qualità distintiva, autentica, esperta, ma anche il suo opposto e cioè la costruzione sempre più raffinata di mondi “altri”, impregnati di sensazioni forti che possono aprirsi alla sperimentazione e alla manipolazione sensoriale. Ma anche all’inganno, al fake, alle promesse tradite: l’unico modo di fronteggiare il problema è come sempre comprenderlo, elaborarlo e trovare creativamente le giuste contromisure.

Intelligenza artificiale, realtà aumentata, IoT (Internet of Things), metering estremo, funzionalità amplificate, rappresentano oggi una parte integrante e integrata di una realtà quotidiana che può essere amplificata nelle sue caratteristiche fisiche e reali, ma più spesso costituisce una dimensione “altra”, intensamente spazzante. Curiosità e timore, attrazione e sospetto convivono in questa dimensione da cui è difficile sottrarsi, perché costituisce -non solo per i giovani- un’alternativa che seduce e gratifica, seguendo i nostri desideri più profondi. La tecnologia permea ogni settore, apre orizzonti e suggerisce strade inesplorate, anche nei linguaggi estetici, dove, tuttavia, la realtà non sembra essere al centro della ricerca.



ESCHER X NENDO, BETWEEN TWO WORLDS

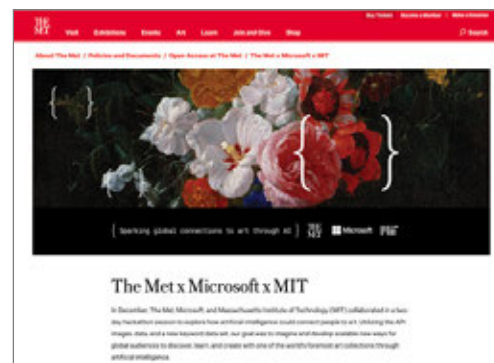
Allestita presso la National Gallery of Victoria a Melbourne, questa mostra propone 157 opere di Escher, artista olandese noto per le prospettive impossibili, inserite in un ambiente immersivo creato ad hoc dallo studio di design Nendo. Una scelta precisa da parte dei curatori che hanno combinato il punto di vista di due importanti nomi del design e dell’arte, di epoche diverse, ma con in comune l’attitudine all’innovazione, alla vertigine e all’illusione ottica. Il sottotitolo “Between two worlds” allude al dialogo tra i lavori bidimensionali di Escher e gli spazi tridimensionali di Nendo. L’allestimento, infatti, valorizza l’arte di Escher amplificandola e concretizzandone i temi creativi in veri e propri ambienti da esplorare. La galleria offre ai visitatori la possibilità di entrare fisicamente in un mondo geometrico stupefacente, tutto in bianco e nero, regolato da precise formule matematiche. L’icona della casa, simbolo dello spazio, è il leitmotiv che segna il ritmo del percorso espositivo, sempre presente, ma in continua trasformazione, in un passaggio dal possibile all’impossibile.

Il progetto creativo -in questa dimensione- cerca sempre più spesso alleanze tecnologiche, ma per definire paesaggi estetici di pura e consapevole

illusione, in cui l’emozione, la poesia, la suggestione e il divertimento diventano le qualità richieste all’esperienza, sia essa in relazione a un

luogo, a un oggetto, o a una comunicazione. L’illusione aumentata propone quindi -nella sua versione più sana, che dobbiamo comprendere

THE MET X MICROSOFT X MIT



A febbraio 2019, il Metropolitan Museum of Art (Met) e il Massachusetts Institute of Technology (Mit), in collaborazione con Microsoft, hanno svelato i primi risultati di un recente progetto (The Met x Microsoft x Mit). La prestigiosa collaborazione si pone l’obiettivo di progettare e immaginare nuovi modi per coinvolgere il pubblico nella fruizione di una delle più grandi collezioni d’arte al mondo, grazie a tecnologie legate all’intelligenza artificiale. Il Met ha sviluppato un complesso sistema di dati e parole chiave attorno alla sua vastissima collezione d’arte, condividendola con i suoi curatori, i progettisti, i ricercatori di intelligenza artificiale. Con i partner, Microsoft e Mit, ha organizzato quindi un grande evento hackathon di due giorni nel dicembre 2018 a Cambridge (Ma). L’evento ha prodotto una serie di concept e prototipi progettuali, ognuno dei quali offre nuove prospettive su come l’intelligenza artificiale possa trasformare i futuri legami tra uomo e arte. Tra i diversi concept emersi, è interessante My Life, My Met, un progetto che, utilizzando Microsoft Ai, trasforma un feed di Instagram in un’opera d’arte interattiva.



LUMES DI ENESS

È un nuovo sistema di rivestimento in grado di emettere luce che cambia e interagisce con l'ambiente, concepito dallo studio di progettazione multimediale Eness a Melbourne. Una delle applicazioni del progetto più recente è l'installazione all'ingresso del Cabrini Hospital Malvern di Melbourne, realizzata con la collaborazione dello studio architettonico DesignInc. Nel reparto pediatria i bambini, quando si avvicinano alla parete, sono coinvolti magicamente all'interno di una storia interattiva, dove prendono vita animali e paesaggi colorati ed immaginifici che mutano in base ai loro movimenti e alle loro azioni. Per offrire ad architetti e designer maggiori opzioni di ambienti immersivi, il team sta al momento sperimentando progetti avanzati con nuove superfici di supporto e funzioni. In questo modo si punta ad ampliare la scelta delle interazioni possibili, ma anche a proporre animazioni più sofisticate, che rispondano ai comandi vocali degli utenti o semplicemente si attivino attraverso il rilevamento della temperatura corporea.

MAGIC LEAP

Nasce come startup nel 2011, con l'ambizioso obiettivo di proporre un prodotto capace di riscrivere il concetto stesso di augmented reality. Il primo modello del suo visore Magic Leap punta più precisamente alla mixed reality, ovvero la realtà mista: una sorta di compromesso tra la realtà virtuale e quella aumentata. Gli occhiali neri permettono di vedere il mondo così com'è, ma sovrapposto ad animazioni in movimento 3D, riducendo il tempo di ritardo e migliorando la fluidità e la stabilità della visualizzazione dei contenuti. Le applicazioni sono infinite, dalle sfilate, come l'ultima per i giovani talenti della Central Saint Martins di Londra, alle produzioni teatrali, come A Midsummer Night's Dream della Royal Shakespeare Company. Da segnalare l'importante collaborazione con la Cnn, in cui il canale di news ha lanciato un'app per il device Ar di Magic Leap, trasmettendo programmi live e video on demand sul dispositivo.



intelligence) e di cui più spesso si discute con timore e visione critica: su cosa dobbiamo puntare? Cosa dobbiamo maggiormente temere? La risposta risiede come spesso avviene in un incontro virtuoso tra le parti: il nostro destino sarà quello di crescere sul filo degli algoritmi predittivi e della capacità di illudersi (che è una caratteristica umana come la speranza) in modo sano e creativo, senza cadere nella trappola dei fake e delle manipolazioni. Per questo motivo nello schema che presentiamo l'illusione aumentata costituisce un valore aggiunto all'intelligenza artificiale e non la sua alternativa contrapposta. Non c'è un mondo matematico e informatico di certezze e un mondo di creatività aleatoria, ma come sempre tutto si mescola.

Dobbiamo tuttavia stare allerta. Il World Happiness Report 2019, presentato a marzo a New York, ha infatti sottolineato come tra i giovani americani l'infelicità cresca proporzionalmente all'uso dei dispositivi digitali e alla presenza sui social. Le illusioni aumentate possono cioè portare a maggiori frustrazioni e a speranze tradite, è stupido dare la colpa alle tecnologie: come sempre accade, dipenderà dalla nostra intelligenza nel gestire questo nuovo potente filtro di realtà. 🍷

e praticare- un territorio artistico e generativo lontano dalla funzionalità, spostando l'obiettivo sull'urgenza di spingersi oltre la realtà, attraverso un esercizio di amplificazione empirica ed

emozionale. Tutto ciò diventa possibile in molte dimensioni creative: dall'architettura al mondo televisivo, dal design alla grafica, dalle strutture museali fino agli impianti teatrali e a

luoghi dello spettacolo, come dimostrano i quattro esempi che abbiamo scelto. È interessante considerare questa Ai (augmented illusion) come l'altra faccia dell'Al più conosciuta (artificial