

Lasciati guidare. Error generated content

*Original*

Lasciati guidare. Error generated content / Di Salvo, A.. - In: GRAPHICUS. - ISSN 2282-4545. - ELETTRONICO. - 1082/0014:(2023), pp. 1-7.

*Availability:*

This version is available at: 11583/2984928 since: 2024-01-09T14:41:29Z

*Publisher:*

Politecnico di Torino, Dipartimento di Architettura e Design

*Published*

DOI:

*Terms of use:*

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

*Publisher copyright*

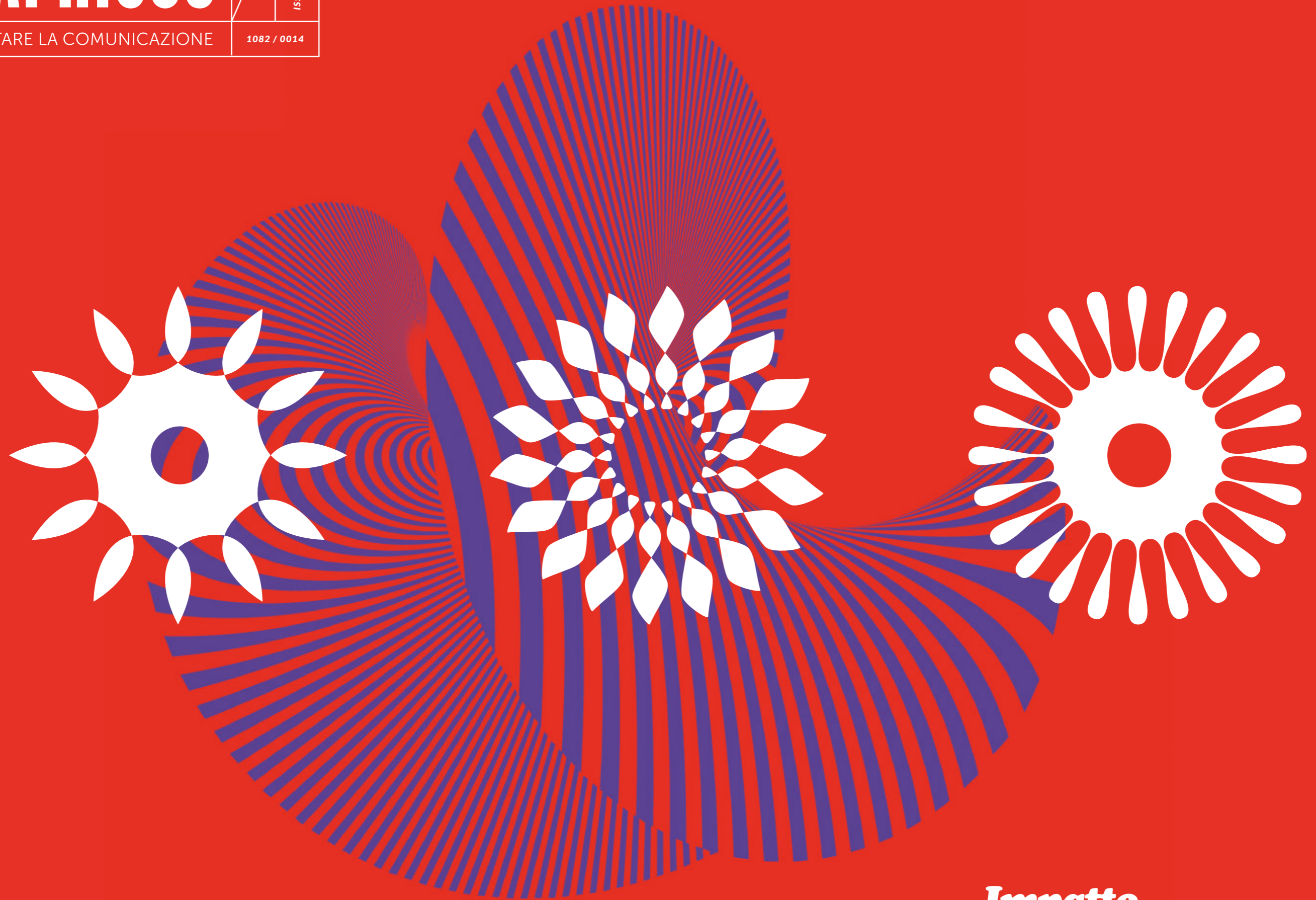
(Article begins on next page)

# GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

ISSN 2282-4545

1082 / 0014



**Impatto**

DICEMBRE 2023

**Direttore:**

Paolo Tamborrini

**Comitato scientifico:**

Silvia Barbero  
Fiorella Bulegato  
Francesca Comisso  
Andrea Di Salvo  
Chiara Remondino  
Dario Russo

**Redazione:**

Aurora Bartoli  
Sofia Cretaio  
Sergio Degiacomi  
Cristina Marino  
Leonardo Moiso  
Barbara Stabellini

**Coordinamento redazionale:**

Cristina Marino

**Progetto grafico:**

Alessandro Di Benedetto

**Impaginazione:**

Aurora Bartoli

**ISSN (print) 0017-3436****ISSN (online) 2282-4545**

iscritto al Registro dei Giornali  
e Periodici del Tribunale di Torino  
n. 655 del 20.09.1951

1 – *Editoriale*

## IMPATTO PARTENOPEO

di PAOLO TAMBORRINI

2 – *Copertina*

## PRINCIPI DI COLLISIONE

di STEFANO PELLONE

3 – *Linguaggi*

## VEDI LA VOCE /IM·PÁT·TO/

di VINCENZO D'ANGELO

4 – *Ricerca*

## DA GUTENBERG AL DESIGN

di DANIELA PISCITELLI

5 – *Progetti*

## IDENTITÀ E INGANNO

di ANTONELLO COLAPS

6 – *Progetti*

## STORIE DI DESIGN E COMUNITÀ

di MARIALUISA FIRPO



7 – *Personaggi*

## TRACCE

intervista a PAOLA ANTONELLI  
e FEDERICA FRAGAPANE  
di CHIARA REMONDINO



8 – *Ricerca*

## GRAFICA DIFFUSA

di GIULIA SCALERA

9 – *Data*

## SALUTI DA NAPOLI

di CHIARA REMONDINO  
e SOFIA CRETAIO

10 – *Ricerca*

## PACKAGING E TERRITORIO

di CRISTINA MARINO



11



11 – *Reportage*

## THE DOCKS, NAPOLI E IL SUO ORIENTE

di THE DOCKS

12 – *Ricerca*

## PROGETTARE L'OLTRE

di GIUSEPPE GAETA

13 – *Arte Urbana*

## IL PARCO DEI MURALES DI PONTICELLI

di LUCA BORRIELLO

14 – *Ricerca*

## LASCIATI GUIDARE

di ANDREA DI SALVO



15

15 – *Linguaggi*

## A PAROLE SIAMO TUTTI BELLISSIMI

di IGOR GRASSI

16 – *Professioni*

## ANATOMY OF A CHARACTER

intervista a MATTEO BOLOGNA  
di STEFANO PELLONE

17

Giugno 2023  
a Roma

tichetta gelato label

17 – *Linguaggi*

## MAKE MY LOGO (BIGGER) GREENER

di 17STUDIO

18 – *Progetti*

## L'IMPATTO CREATIVO

di CRISTINA PASQUALE



18

19 – *Storia*

## 25 MANIFESTI PER NAPOLI

di FRANCESCO E. GUIDA

**Politecnico di Torino**Dipartimento di  
Architettura e Design[www.polito.it/design](http://www.polito.it/design)**Contatti:**  
Corso Luigi Settembrini, 178  
10135 - Torino (TO)[www.graphicusmag.it](http://www.graphicusmag.it)  
[info@graphicusmag.it](mailto:info@graphicusmag.it)**Copyright:**Opera distribuita con Licenza Creative Commons  
Attribuzione – Non commerciale – Condividi allo  
stesso modo 4.0 InternazionaleL'editore si solleva da ogni responsabilità in merito di  
violazioni da parte degli autori dei diritti di proprietà  
intellettuale relativi a testi e immagini pubblicati.**Partner tecnico:**
  
Il laboratorio delle tue idee
**Politecnico  
di Torino**

# LASCIATI GUIDARE

## Error generated content

— ANDREA DI SALVO

Ricercatore, PhD in Sistemi di Produzione e Design. Si occupa di Interaction Design approfondendo gli aspetti legati all'uomo e al suo naturale modo di sperimentare e accumulare esperienze.

**V**ous jouez faux! Grida il principe Grassalkovich. Cerco di ricostruire la sceneggiatura.

È il 1785, siamo al centro della camera dedicata alla musica in una nobile residenza viennese. Un quartetto d'archi sta eseguendo un quartetto di W. A. Mozart, il compositore più discusso di quegli anni, con un recente passato da enfant prodige in costante tour. Tra i musicisti che eseguono il manoscritto c'è F. J. Haydn, il musicista più apprezzato nell'Europa a metà '700, il quartetto è dedicato a lui. Il violoncello da solo suona le prime sei note che generano attesa e tensione. Arriviamo alla seconda battuta, si aggiungono gli altri tre strumenti, il principe storce il naso, alla sesta battuta tuona: *Avete sbagliato le note!*

L'esecuzione del quartetto si interrompe. Le sue nobili orecchie sono state oltraggiate da circa 27 secondi di musica.

Egli pensa ad almeno due stecche, nonostante al suo cospetto ci siano musicisti eccellenti che suonano note lente, è difficile che accada. Haydn si alza e mostra la partitura, di certo in modo gentile se non ossequioso. È proprio scritta così, per quanto vergata a mano non vi è margine di errore, Mozart scrive in modo molto ordinato e pulito, sembra avere pochi ripensamenti.

Il nobile straccia la partitura. Fine.

Sei battute. Una definizione: il quartetto delle dissonanze<sup>1</sup>.

Il nobile non è l'unico a fare le sue rimostranze, si narra che più volte le partiture siano state rimandate indietro all'editore con richiesta di correzione, per non parlare degli emendamenti compiuti direttamente dagli esecutori.

Cosa accade in quella camera e per i successivi due secoli? Si discute animatamente sul perché Mozart si sia spinto a sperimentare intervalli all'epoca considerati inascoltabili. Oggi è forse facile dichiarare con serenità che si trattava di sperimentazione, del



A sinistra, Manoscritto del Quartetto No.19 in Do maggiore K.465, digitalizzato dalla British Library

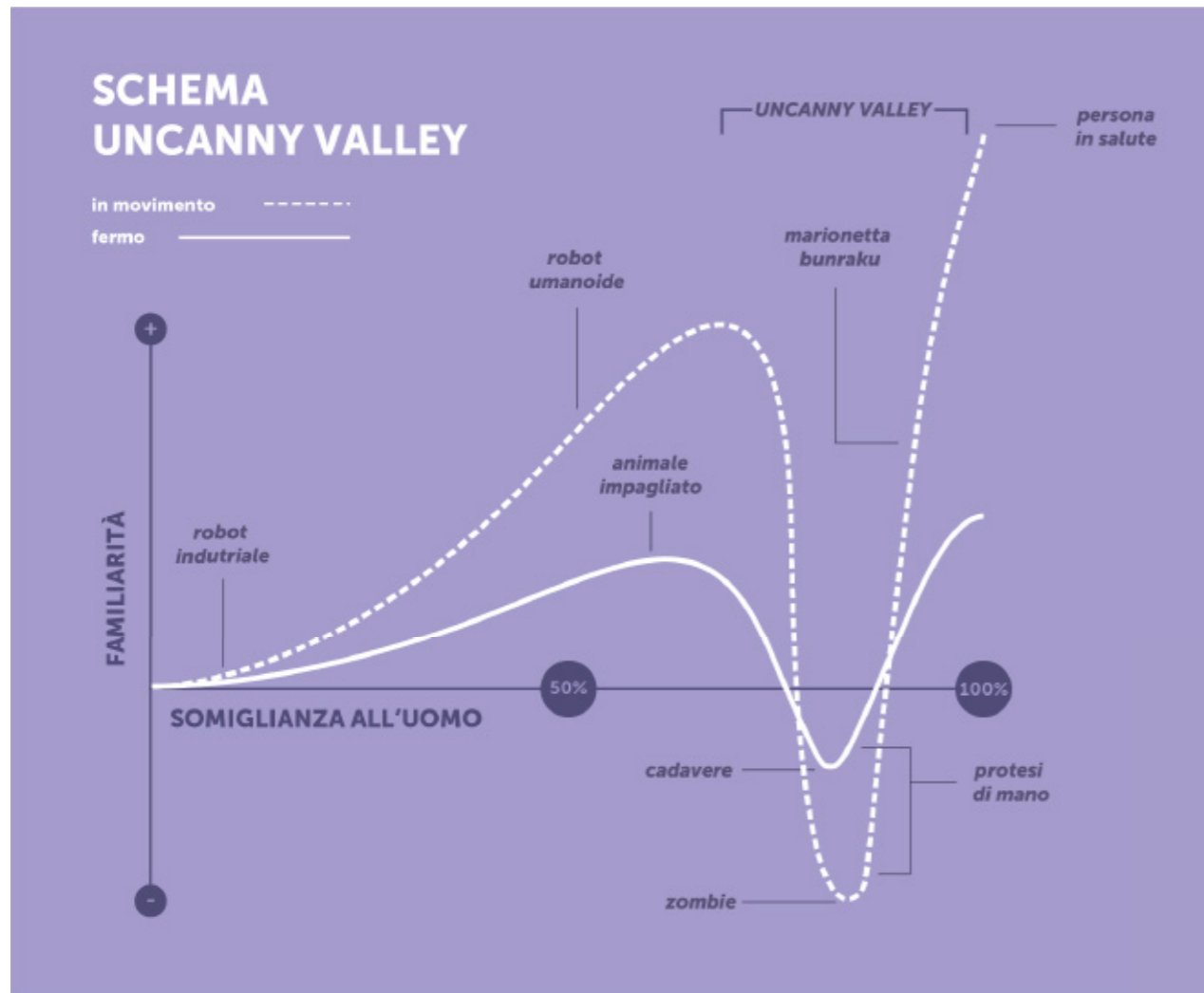
grande genio precursore dei tempi, nonostante le sue difficoltà economiche potessero suggerirgli un approccio più conservatore a fronte dei suoi committenti e dei suoi uditori (non me la sento di utilizzare la parola pubblico o audience per un evento datato 1785). Fatto sta che fu considerato a tutti gli effetti un errore con una enorme eco, oserei dire, con un notevole impatto, un errore considerato tale per il contesto culturale. Do per assodato che la musica sia comunicazione, o quantomeno ne faccia parte. Ma lasciamo per un attimo Mozart, Haydn e Grassalkovich in fermoimmagine. Perché l'errore, e di conseguenza il fallimento, è un elemento fondamentale del Communication Design?

### METODI, TECNICHE, STRUMENTI

Ebbene, forse avrei dovuto cominciare col dire che la progettazione è un continuo comprendere e prevenire gli errori. Non solo quelli altrui nella fruizione,

ma soprattutto i nostri rispetto a ciò che abbiamo disegnato. Qualsiasi metodologia, difatti, vanta una serie di metodi, strumenti e tecniche strutturate appositamente per ridurre probabili *débâcle*. Talvolta vere e proprie discipline nascono e si sviluppano in modo esponenziale grazie alla notevole mole di errori commessi da designer. La User Experience (UX) ne è l'esempio più lampante e il suo inizio consiste in una lettura critica di errori in prodotti che non reggono di fronte alla vita quotidiana. Non a caso il testo cardine si intitola nelle prime versioni *The Psychopathology of Everyday Things*<sup>2</sup>, riprendendo il titolo *Psychopathology of Everyday Life* di Sigmund Freud<sup>3</sup>. Oltre all'aspetto citazionale del titolo, la UX ha un'evidente matrice psicologica perché si fonda su osservazione, comprensione, empatia verso utenti attuali e futuri, cercando di strutturare modelli predittivi. Ci si potrebbe spingere nel considerarlo un processo inverso nella fruizione di un

A destra,  
Schema della  
uncanny valley  
(Mori, 1970),  
elaborazione  
dell'autore



prodotto della Comunicazione, ma è difficile conoscerne con certezza l'ordine nell'esperienza-utente, ad esempio, di un manifesto, di un packaging, di un videoclip. Di sicuro i quattro punti sono condivisi da utente e progettista seppur con approcci diversi. Ora, non è necessario considerare il processo di Design della Comunicazione come un flusso continuo di *trial and error*, metodo applicato non solo a livello professionale ma anche didattico, tuttavia la necessità di progettare imparando almeno da casi studio precedenti ne è parte fondante. Lo stesso utilizzo sempre più massivo dell'Intelligenza Artificiale per la generazione di testi, immagini, musica e molto altro,

si basa su questo principio da entrambe le direzioni: l'utente fa una richiesta e cerca di fornire feedback, affinando sempre di più il prompt per ottenere qualcosa che lo soddisfi o che lo sorprenda; la macchina propone, modifica e, in questo modo, apprende. È un metodo ormai accasato nel processo creativo? Pare non ci si possa esimere dall'usarlo, ma il dibattito a tal proposito è quantomeno vivace. Lo affronteremo più avanti.

Inoltre, se volessimo contare (in un modo di certo non esaustivo) i metodi di design che cercano di comprendere i comportamenti delle persone per prevenire errori nel processo otterremmo il valore 55;

47 invece i metodi di testing che contano sì gli errori, ma di progetto, non dell'utente. Il totale dei metodi contenuti all'interno dell'atlante in questione<sup>4</sup> è 125 (il numero e la classificazione sono questionabili), alcuni metodi sono perfino utilizzabili in fasi diverse, ma 55+47 fa 102 su 125, non pochi. Seppure la peculiarità di questi libri-atlante sia di essere omnicomprensivi, includendo *product design*, *interaction design*, *web design* e molto altro, il processo della Comunicazione rimane in qualche modo nascosto, non vengono difatti evidenziati, ad esempio, i test che vengono compiuti sui premontati dei video o dei film o delle copertine di prodotti editoriali, non viene considerato l'editing, che è equiparabile a un test compiuto da expert user, così come tutte le fasi di verifica da compiere quando la comunicazione si appropria di strumenti più o meno tecnologici come le diverse realtà: aumentata, virtuale, mista. Mi rendo conto che sia un terreno spinoso, anche perché è controproducente applicare in modo pedissequo i metodi usati per il prodotto, o per la UX, alla Comunicazione. Proprio a fronte dell'elenco di tali metodi, la mia percezione è di essere spesso sguarnito di validi strumenti scientifici che tengano conto della complessità del *fenomeno-comunicazione* in tutte le sue fasi e, allo stesso tempo, che le griglie di progetto non reggano più, vista la rapidissima mutazione di linguaggi, regole, aspettative, tecnologie e molto altro. Il mero conto dei metodi mostra che c'è quantomeno un'attenzione strutturata nei confronti dell'utenza proprio per non commettere errori, ma nella fase creativa?

Tra analisi utente e testing trova spazio la concept generation, che l'atlante declina in 64 metodi, nel testo di Suzanne Stein<sup>5</sup> le tecniche descritte sono 15, divise in *creative elicitation* e *creative technique*. Ironia della sorte, nessuna delle 64+15 è *error-centred* o *error-driven*. O meglio, molte tra le tecniche e i metodi si fondano sul gioco, sulla cooperazione tra

designer e stakeholders, sulla rottura degli equilibri, sul creare contesti in cui l'errore non va nemmeno considerato come tale proprio perché bloccherebbe il processo creativo, generando giudizi e frizioni nel gruppo di lavoro. Potremmo quindi definirle *fault tolerant*, mutuando un termine ingegneristico. Funzionano anche per la comunicazione? Domanda delicata di stampo prestazionale, che necessita solo risposte qualitative: dipende dal progetto, dagli attori, dalle utenze, dal contesto e via dicendo. Un progetto con impatti sociali deve prevedere workshop di codesign con le persone che è doveroso coinvolgere, se si intende lavorare su scenari e strategie futuribili è impossibile non prendere in considerazione il design fiction (ammesso che sia



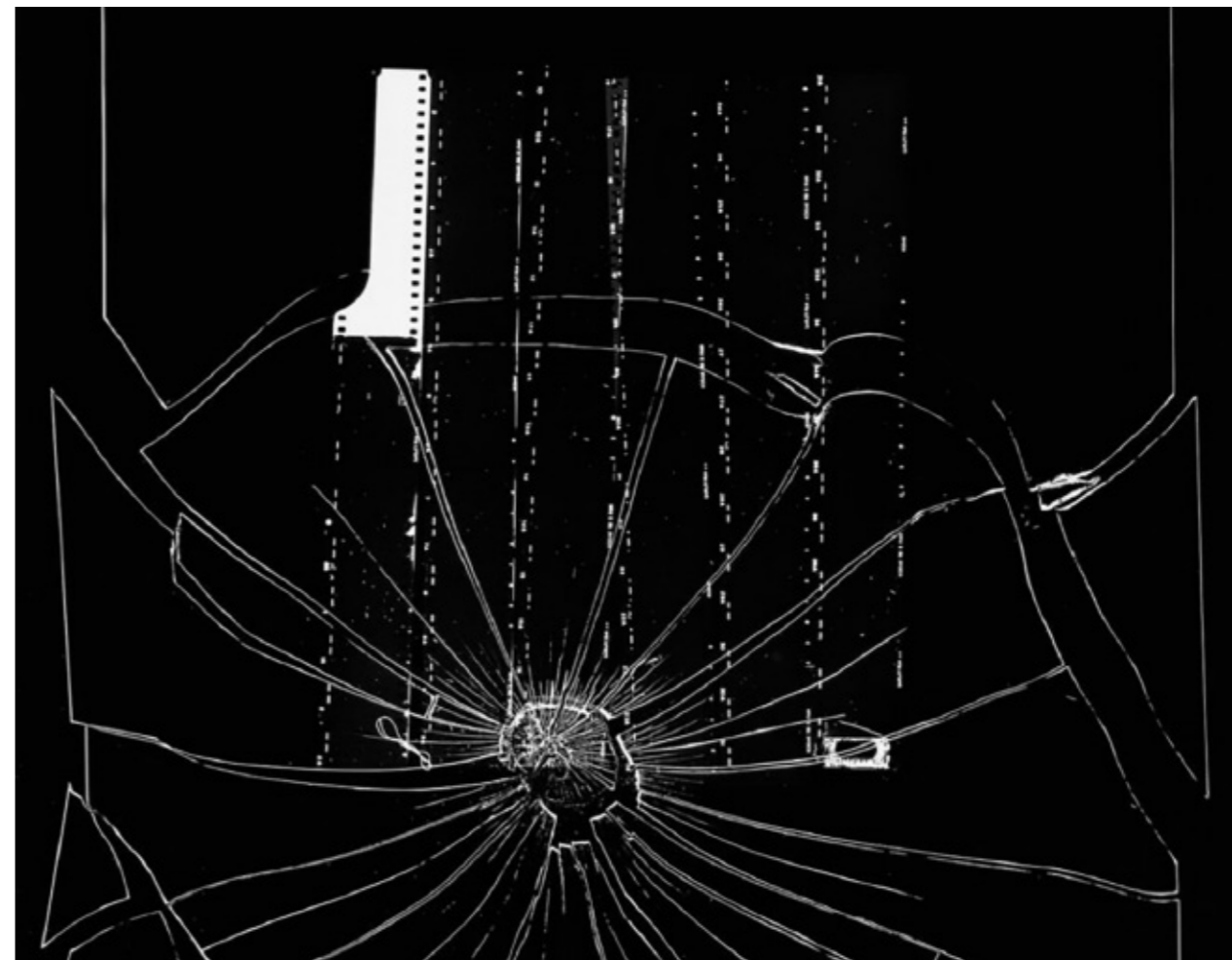
A sinistra,  
Passage  
entre deux  
prises de  
vues,  
Man Ray,  
Man Ray  
Trust /  
ADAGP, c/o  
Pictoright  
Amsterdam  
2022



A destra,  
**Autoritratto,**  
André Kertész,  
1927



A sinistra,  
**Fine delle  
verifiche,**  
Ugo Mulas,  
Per Marcel  
Duchamp,  
1970



una tecnica). Ebbene, la concept generation produce risultati spesso contraddittori, frastagliati, di livello troppo alto o troppo basso, poco attenti alla sostenibilità economica o alla fattibilità; c'è quindi bisogno di una fase di decantazione e messa a sistema per creare quel *qualcosa* che l'utenza possa esperire. Sembra tutto molto lineare, ma nella comunicazione non sempre ciò che si aspetta l'utente deve essere soddisfatto, così come i bisogni lo devono essere in un prodotto/servizio.

Facciamo per un attimo ripartire la nostra sceneggiatura mozartiana in chiave neuroscientifica. Le sei note del violoncello e le sovrapposizioni di viola e dei due violini hanno creato attesa nel cervello del

principale, il cervello suona, così come le ossa della nostra scatola cranica; la composizione-progetto a quel punto può scegliere se appagare o negare l'attesa. In entrambi i casi il nostro cervello può rilasciare dopamina, definita non a caso "neurotrasmettitore del piacere"<sup>6</sup>. Accade in qualsiasi brano pop: la strofa crea la dimensione emotiva della canzone, il ritornello deve liberare dopamina. Lo sapeva Mozart? Certo, sebbene non in questi termini. Aveva costruito un'introduzione col compito di giungere alla battuta 23 e far decollare il brano, nelle battute incriminate due e sei aggiunge altri elementi di tensione che, in effetti, risolvono nelle battute successive, ma quella tensione fu considerata eccessiva,

come se fosse andato troppo a fondo nella sua *uncanny valley*. Come se il concept avesse sottovalutato alcuni insight della fase di ricerca. Ma la dopamina oggi arriva eccome, e oggi quelle due battute incriminate sono considerate un capolavoro. Vi invito ora a surclassare il principe ed esperire con le vostre orecchie quanto ho cercato di raccontare. Siete tornati? Bene, ora possiamo insieme affermare che ne valeva la pena, che il modello attesa → negazione/appagamento è reale e che proprio nella dicotomia tra negazione e appagamento risiede la fatica del comunicare.

A primo acchito il modello può sembrare calzante soprattutto per forme di comunicazione in movimento, quali musica, video o altro, ma funziona allo stesso modo anche per prodotti, diciamo così, più statici come il manifesto o il packaging, se pensiamo all'esplorazione che compiamo con vista, tatto, udito, olfatto, gusto, e poco importa che siano reali o metaforiche o sinestetiche.

Il modello ha, inoltre, al suo arco qualche strumento tecnologico e scientifico di analisi ex post, come ad esempio i sistemi avanzati per il tracciamento delle emozioni, di cui fa parte anche l'ormai consolidato eye tracking, ma anche la complessa analisi delle espressioni facciali, dei movimenti, dell'arousal.

#### **DA ERRORE CULTURALE A ERRORE STRUTTURALE**

Ho cominciato con un errore percepito come tale da un contesto culturale, sottolineando come la regola e la sua percezione possano oscillare, gli errori percepiti nel 1785 fanno ormai parte di una grammatica consolidata. Nel caso della fotografia, il concetto è ancora più evidente, molte delle regole tecniche e di composizione scritte in tonnellate di manuali vengono, a un certo punto, non solo infrante, ma addirittura utilizzate per esplorare e mettere in discussione il medium stesso.

Ombre, riflessi sulle vetrine, flou, distorsioni legate

al movimento, lastre rovinate, tutto ciò che la regola considera errori evidenti diventa, invece, un elemento formale e fondante quando surrealisti e dadaisti si impossessano dello strumento-macchina. Due esempi tra i tanti: Man Ray trasforma in altro l'errore di uno scatto accidentale ruotando la foto di 90° in *Passage entre deux prises de vues*, contenuta all'interno dell'articolo *La photographie n'est pas l'art*, durante il suo periodo parigino André Kertész realizza, invece, il suo *Autoritratto* (1927) inquadrando l'ombra portata, pratica che fino a quel momento era sempre stata deprecata. Clément Chéroux<sup>7</sup> definisce questo passaggio "da scarto eretico a successo estetico" e mostra inoltre il momento in cui l'artista fa ricerca questionando il medium stesso. È il caso di Ugo Mulas che sperimenta tutti gli errori appena citati nella sua serie *Verifiche*, 14 scatti che terminano con un episodio cruciale: lo sviluppo di una lastra in frantumi dal titolo *Fine delle verifiche*. Per Marcel Duchamp (1970). Siamo nel campo dell'errore intenzionale, ciò che in ergonomia cognitiva può essere definito come *mistake* o come *violation*. I primi contemplano: l'applicazione erronea di buone regole, l'applicazione di regole sbagliate e forme di errori variabili di legati al patrimonio di conoscenze. I secondi, le violation, derivano da un atteggiamento poco o per nulla incline al rispetto delle regole. Nel caso di Mulas ma anche di molti altri, tra cui Moholy-Nagy, il mistake è in realtà un approccio scientifico scervo da ogni idea preconstituita, che gioca a variare i parametri tecnici dello strumento fotografico per osservarne e valutarne le valenze estetiche, per decifrare le "leggi più intime del materiale"<sup>8</sup>. Dal punto di vista tecnico-tecnologico, lo si può ottenere anche affidandosi di proposito ad apparecchi amatoriali, in cui le impostazioni minimali e automatiche riducono all'osso la capacità di scelta del fotografo, generando in questo modo scatti carichi di errori che consentono di



A sinistra dall'alto, Tina Touli durante il suo talk a DESINA, Napoli 2023. Foto di: 327 Studio



Snyder, progetto di Typographic experimental graphics, Fine delle verifiche, Tina Touli, 2023

intraprendere esplorazioni visive tipiche dell'erranza: il mettersi in condizione di commettere un errore e lasciarsi guidare.

Surrealisti e dadaisti sono affascinati dal concetto di errore, tuttavia a cambiare è soprattutto lo storytelling che ne fanno. Ferventi sostenitori del dover sovvertire totalmente le opinioni sull'arte come "culto dell'errore"<sup>9</sup> narrano la costruzione delle proprie opere o scoperte come frutto del caso, dell'incidente. Man Ray racconterà aneddoti completamente diversi sull'origine delle solarizzazioni, ammettendo perfino di non aver scoperto nulla di nuovo, visto che il processo risale agli esordi della fotografia, ai dagherrotipisti. La verità, ammesso che sia utile e serva davvero, la racconta Lee Miller additando un presunto topo che le avrebbe sfiorato la gamba, facendole inavvertitamente accendere la luce durante lo sviluppo. Ma in fin dei conti è solo una delle possibili storie sull'errore. La differenza sostanziale tra l'approccio-Mulas e quello Man Ray consta, tuttavia, nel valore che viene attribuito all'errore. Il primo lo sfrutta consapevolmente per mettere a nudo il medium e sperimentare grammaticalmente; il secondo lo usa da un lato in modo iconoclasta "contro la chimica e contro la fotografia"<sup>10</sup>, dall'altro come errore-generatore cavalcando "coincidenze pietrificanti"<sup>11</sup>, "figurazioni accidentali"<sup>12</sup>, con la volontà di voler cogliere l'imprevedibile. Oppure costruisce il caso utilizzando il montaggio, si tratta quindi dell'errore generativo amato anche da Rodari<sup>13</sup> nel suo *binomio fantastico*.

Certo, se posso permettermi, l'insistere sull'importanza del caso ha prodotto qualche danno dal punto di vista della percezione del processo, proprio perché lo storytelling dei surrealisti non spiega cosa avviene dopo, il percorso progettuale dall'incidente al progetto appare come una conseguenza troppo corta. Per non parlare poi degli smottamenti che questo approccio potrebbe portare anche sul piano della

didattica, in cui il vecchio adagio costantemente citato è che *bisogna conoscere molto bene le regole per poterle infrangere*. Per quanto si possa condividere tale affermazione, soprattutto a livello didattico, credo che soprattutto il digitale ne stia erodendo le sue fondamenta. Ovvero, quando si progetta una narrazione transmediale, o in realtà aumentata che somma contenuti grafici a ricostruzioni 3D e frammenti di realtà inquadrati da uno smartphone, qual è la regola? Rimangono inalterate quelle della composizione cinematografica? Si adottano quelle del gaming? Quelle del cinema? I primi film esperibili con caschetti per la realtà virtuale, girati quindi con complesse camere a 360°, rompevano la regola fondamentale dell'inquadratura come espressione della visione registica. Sembrava un atto iconoclasta, al pari dei tagli su tela di Lucio Fontana che aprivano altre dimensioni, dell'atto performativo di Niki de Saint Phalle e i suoi *shooting paintings* in cui artista e visitatori sparavano verso sacchetti di vernice destinati ad esplodere su gesso o tela. Continuo a generare domande che mi fanno giornalmente sentire scomodo: non è forse il momento di mostrare in contemporanea la regola e le sue rotture, non più come errori ma come esperimenti comunicativi?

Non è quindi il momento di elencare gli errori che hanno generato successi stratosferici, dai post-it ai raggi x, ma forse di considerare l'errore come parte integrante del processo, proprio in modo scientifico inteso come ipotesi che non deve necessariamente essere confermato, tutt'altro. E come rischio, ovvero come sperimentazione, concetto diverso da provocazione a tutti i costi. L'insistere sull'errore e la sua importanza deriva dalla necessità di creare progetti flessibili, non solo una volta conclusi, pubblicati, postati, ma durante il processo stesso. Anche in questo caso il transmedia storytelling si rivela di ottimo aiuto nel riconsiderare il progetto. Gavatorra e



A sinistra,  
Erik Kessels  
durante il  
suo talk a  
DESINA,  
Napoli 2023.  
Foto di:  
327 Studio

Milanesi<sup>14</sup>, così come Frank Rose nei suoi due libri<sup>15,16</sup>, dimostrano che ormai la Comunicazione non solo deve adattarsi a diverse piattaforme, diversi supporti e quindi diversi linguaggi ma deve dimostrarsi disponibile al mutare degli eventi. Non possiamo più progettare una strategia e dare per scontato che funzioni, nonostante tutta la ricerca e il processo, ma dobbiamo sempre più ragionare

in modo responsive, proprio perché anche quando tutti gli elementi sembrano combaciare, tutti i linguaggi sono coerenti e il piano editoriale, ped, appare granitico, gli utenti possono chiedere a gran voce cambiamenti. Accade dopo la seconda puntata della serie E.R. nel 1994, quando l'infermiera Carol Hathaway pare essere in punto di morte ma la fiamma di messaggi recapitata alla NBC costringe

A destra, gli autori a riscrivere la serie, allo stesso modo  
**Campagna** Milanese è costretto a interrompere molto prima  
**per il Koning** del tempo *Riae's Alternate Reality Stories* nel 2019,  
**Willem**, perché gli utenti di Instagram erano seriamente  
**Kessels** preoccupati per la salute della protagonista scom-  
**e Kramer,** persa, ai manifesti di Andrea Villa ritoccati in chiave  
**College in** Adversarial Design. Gli utenti partecipano e sono  
**Olanda, 2016** rapidi, immediati.

Con questo bagaglio di ricerche e qualche resi-  
dua paura di sbagliare, ho avuto l'opportunità di

intervistare Tina Touli e di Erik Kessels, presenti a  
Napoli come autori di talk tanto coinvolgenti quanto  
attivanti dal punto di vista del pensiero progettuale<sup>17</sup>.  
Dei lavori di Tina amo particolarmente: il loro essere  
un continuum, si muovono anche quando sono fis-  
sati su un poster, su un packaging o su altri artefatti;  
sono profondamente materici e sperimentali, quasi  
tangibili pur nella loro fruizione digitale; da ultimo,  
i suoi video di *making of* e i linguaggi che utilizza  
includono sempre elementi tra il psichedelico e il  
pop. A lei ho chiesto nello specifico quanto spazio

ci fosse per l'errore, per l'inaspettato, e quanto  
fosse importante.

"Definirei piuttosto gli errori come incidenti felici.  
Specialmente per i creativi come me, lavoro infatti  
mettendo le mani in pasta con molti materiali e tec-  
niche differenti. Questi piccoli incidenti accadono  
molto più spesso di quanto si possa pensare e sono  
sempre i benvenuti! Inoltre, l'emozione di provare  
qualcosa di nuovo è ciò che mi motiva e mi fa an-  
dare avanti! Ovviamente gli errori fanno parte allo  
stesso tempo del processo di apprendimento e di  
creazione. A volte i progetti più forti nascono da un  
concetto semplice e sperimentando, lasciando che  
siano gli errori a fare da guida, anche se ciò che stia-  
mo creando evolve diversamente rispetto ai piani  
iniziali. Questi errori possono alimentare la nostra  
creatività e potenzialmente portarci a nuovi progetti,  
approcci e tecniche. Esplorando le loro possibilità,  
possiamo scoprire aree inesplorate del design e  
trovare soluzioni uniche".

Di Erik Kessels, invece, oltre alle sue mostre, ho di-  
vorato il suo libro *CHE SBAGLIO! Come trasformare  
i fallimenti in successi mandando tutto all'aria*<sup>17</sup> che  
mostra il modo in cui gli errori possono diventare  
parte integrante del processo creativo. Ho quindi  
dialogato con lui sul ruolo dell'errore, sui metodi per  
generare arte e Comunicazione, sul ruolo della AI e  
sulle necessità didattiche dei nuovi processi.

#### **ERRORE E PROCESSO CREATIVO**

È difficile dire quando ho cominciato a sfruttare gli  
errori, perché ci vuole molto tempo per trovare e  
seguire la giusta direzione. Inoltre, la mia teoria e il  
mio libro si riferiscono, in particolare, all'ambizione  
di perfezione che abbiamo utilizzando sia i software  
sia la tecnologia tutta, pensando siano un buon  
punto di partenza per la creatività.

Gli errori creativi sono invece spunti molto più

interessanti perché puoi lasciarli entrare e accettarli  
deliberatamente.

Non sono riuscito a farlo subito proprio perché  
richiede del tempo, la prima volta ho pensato: «ok,  
ora ho fatto qualcosa nel processo creativo, ma non  
ne ho il controllo». Ciò che è venuto fuori mi ha sor-  
preso e ho pensato che fosse un buon modo per  
creare. L'errore è anche una metafora. Le persone  
solitamente si rivolgono a un creativo per risolvere  
problemi e si aspettano che quel problema scom-  
paia, invece la soluzione migliore è ingigantire quel  
problema. Abbiamo lavorato (con Kramer n.d.r.) per  
una scuola che lamentava problemi con la spazza-  
tura, molti rifiuti venivano gettati a terra e non nei  
cestini. Così, non abbiamo deciso di risolvere il pro-  
blema, l'abbiamo peggiorato, rendendo complicate  
le azioni: abbiamo posizionato un bidone in alto su  
un albero, su un altro abbiamo messo un coperchio  
pesantissimo che necessitava di tre persone per es-  
sere sollevato, intorno a un bidone abbiamo messo  
un'enorme gabbia, così ragazzi e ragazze doveva-  
no davvero provare a infilare la mano tra le sbarre  
per provare a gettare i rifiuti nel bidone. Abbiamo  
dimostrato quanto possa essere difficile gettare la  
spazzatura, lo abbiamo reso molto, molto difficile  
e questo è stato, ovviamente, un completo errore  
nel processo di pensiero (NB Kessels non dice *de-  
sign thinking* ma *thinking process*). Eppure abbiamo  
risolto immediatamente il problema anche perché  
3 studente l'hanno apprezzato, e questo fatto  
andava considerato e ascoltato.

#### **INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

Ciò che sta accadendo l'abbiamo già osservato  
tempo fa quando YouTube fece la sua comparsa,  
tutti lo adoravano e tutte le aziende smaniavano per  
avere video propri sulla piattaforma. Il che non ha  
alcun senso.

L'intelligenza artificiale è un medium che è emerso



molto rapidamente, e penso che i creativi dovrebbero utilizzarla solo come uno strumento. Non si tratta di qualcosa con cui lavorare per ottenere un'idea, al contrario dovresti avere un'idea e vedere se puoi utilizzare l'AI. Le persone pensano che funzioni così: digiti qualcosa e ottieni un risultato [pronto da usare]. Bene, adesso puoi buttarlo! Gli artisti devono rimanere persone radicali.

In questo senso l'AI non è altro che un'allucinazione statistica.

Quando ho provato a usare l'intelligenza artificiale, ho cercato strenuamente di «*fuck up the system*», e mi diverto quando l'intelligenza artificiale commette errori, perché sono riuscito a confondere la macchina. Sono riuscito a generare un enorme caos, come un glitch, ed è figo. L'artista dovrebbe sempre avere quel ruolo.

Un artista ottantenne diceva: «ascolta, quando ti prendi il pomeriggio libero e vai in un museo a vedere le mie opere, chi sono io per rovinarti il pomeriggio? Sono stato messo al mondo per rovinarti il pomeriggio?» La mia risposta è sempre: «No, no, sono stato messo al mondo per rovinarti tutta la vita [to fuck up your all life]». Penso che sia anche questo il ruolo di un creativo e di un artista: sconvolgere, a volte molto dolcemente e con un'estetica molto bella, a volte con ironia o in modo molto politico. Il ruolo dei creativi è sempre quello di trovare una via d'uscita dal sistema, che sia un computer, un programma, o un'opinione...

### COME INSEGNARE IL PROCESSO ALLE NUOVE GENERAZIONI

Di sicuro le nuove generazioni hanno accesso a tutto, hanno visto tutto, possono fare riferimento a tutto. Ed è questo evidentemente il problema.

La nuova generazione di Communication designer, di artisti è molto intimidita dalla quantità di lavori che vedono intorno, da ciò che appare perfetto,

bellissimo. Ma voglio usare un'altra metafora: una casa ha un giardino anteriore (*front yard*) e uno sul retro (*backyard*). Quello anteriore è meraviglioso, pulito, curato è l'ambizione di ogni studente: il portfolio, la pagina web, il profilo Instagram, i lavori conclusi. Ma raramente le persone vanno nel loro *backyard*, perché è sporco, in disordine, strapieno di progetti incompiuti. Di solito ce ne vergogniamo, costruiamo recinzioni, eppure è un luogo dove puoi andare in giro nudo, nessuno ti vede, dove puoi giocherellare, puoi concederti anche cose stupide. Proprio per questo è molto importante immergerti nel tuo *backyard*, perché la tua personalità è molto più importante del tuo portafoglio. Nel tuo *backyard* c'è chi sei, cosa hai vissuto, cosa odi, cosa ami ed è veramente importante che le tue opinioni diventino taglienti, secche, non è necessario guardare tutto.

La mia famiglia, ad esempio, odia visitare i musei con me, mi tacciano di essere troppo negativo. Durante la visita solitamente passo il tempo dicendo «*I fucking hate this, that's horrible*», ma poi scovo quelle 2 o 3 opere che trovo fantastiche e non riesco più a dormire la notte. È quindi importante sì amare le opere tanto quanto detestarne in quantità, tutto ciò che sta nel mezzo è solo normalità. In questo senso è fondamentale che gli studenti coltivino la loro personalità. Oggi, acquisire una tecnica digitale è immediato, nei tempi dell'analogico erano necessari circa 10 anni per diventare senior, ovvero bravo in qualcosa. Adesso a 21 anni sei già perfetto nel tuo mestiere, padroneggiano il come fare per ottenere ciò che ti viene chiesto. Non sanno ancora perché lo stanno facendo.

### LA FINE

Vi sarete accorti che questo testo cerca disperatamente di essere lineare pur con enormi difficoltà, il motivo principale va forse imputato a uno dei libri che finora ho più amato: *Se una notte d'inverno un*

*viaggiatore*. I motivi sono molteplici: l'incipit diretto e spigliato, la descrizione dei due scrittori, la struttura narrativa a scatole. Calvino scrive un libro di inizi, ciò che amo di più, di errori intesi come scambi e io ho collezionato una serie di inizi sugli errori. Fin quando pochi giorni fa mia figlia di 6 anni mi ha chiesto: sai dirmi cosa vuol dire perfetto? Aveva quel guizzo negli occhi di chi sa già la risposta giusta. Ho provato a dire: senza errori? senza difetti? "No. Perfetto vuol dire preciso per quello che vuoi fare".

Grazie Azzurra, bastava questo. Posso solo aggiungere che il *quello che vuoi fare* è malleabile, è in movimento, è fluido e bisogna sostenerlo, sorreggerlo, talvolta con fermezza, talvolta solo accompagnandolo permettendo di inciampare.

### Note di approfondimento

[1] Cappelletto, S. (2016). *I quartetti per archi di Mozart. Alla ricerca di un'armonia possibile*. Milano: Il saggiaio.

[2] Norman, D. (1988). *The Psychopathology of Everyday Things*. New York: Basic Books.

[3] Freud, S. (1901). *Psychopathology of Everyday Life*. Londra: T. Fisher Unwin.

[4] Hanington, B., Martin, B. (2019). *Universal Methods of Design*. Beverly: Rockport Publishers.

[5] Stein, S. (2015). *Creative techniques handbook*. Toronto: OCAD University.

[6] Levitin, D. J. (2008). *Fatti di musica*. Torino: Codice Edizioni.

[7] Chéroux, C. (2009). *L'errore fotografico. Una breve*

*storia*. Torino: Giulio Einaudi editore.

[8] Moholy-Nagy, L. (1936). *Photographie, forme objective de notre temps*, in Telehor.

[9] Picabia, F. (1949). *Sans titre «491»*.

[10] Janus (a cura di) (1981). *Man Ray, Tutti gli Scritti*. Milano: Feltrinelli.

[11] Breton, A. (1928). *Nadja*. Parigi: Gallimard.

[12] Breton, A. (1974). *L'amour fou*. Torino: Giulio Einaudi editore.

[13] Rodari, G. (1973). *Grammatica della fantasia*. Torino: Giulio Einaudi editore.

[14] Gavatorra, F., Milanesi, R. (2020). *Transmedia experience. Dallo storytelling alla narrazione totale*. Milano: Franco Angeli.

[15] Rose, F. (2013). *Immersi nelle storie*. Torino: Codice.

[16] Rose, F. (2022). *Il mare in cui nuotiamo*. Torino: Codice.

[17] Kessels, E. (2017). *CHE SBAGLIO! Come trasformare i fallimenti in successi mandando tutto all'aria*. Londra: Phaidon Press Limited.

Ascolta qui un'esibizione del quartetto delle dissonanze

