Innovazione | Rivoluzione digitale

Opportunità o minaccia? I creativi del tessile divisi sull'utilizzo dell'AI

L'intervista. Stuart Sartori è il presidente del consorzio Comocrea «Le proposte della macchina? Esperienza e occhio umano insuperabili»

EMANUELA LONGONI

Nel cuore della filiera tessile comasca è aperto il dibattito sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale, specie nel segmento del ciclo con il maggiore valore aggiunto in termini di creatività. Questo cambiamento solleva perplessità, specialmente tra chi questo mestiere lo vive da molti anni e si è affermato attraverso modalità operative totalmente differenti rispetto a ciò che, pare, si prospetti nel presente e nel futuro. Abbiamo chiesto a Stuart Sartori, presidente di Comocrea, di capire come la tecnologia stia influenzando la professione del designer tessile.

L'intelligenza artificiale è ormai una realtà in molti settori. Qual è la sua prima reazione all'applicazione dell'AI nel design tessile, in particolare qui a Como?
La mia posizione è chiara fin da subito: sì all'innovazione, ma senza sacrificare ciò che rende unico il nostro lavoro. È innegabile che l'AI possa offrire strumenti utili, soprattutto nelle fasi di ricerca e archiviazione. Oggi, con un database ben strutturato, posso fare in pochi secondi una ricerca che prima richiedeva ore. Questa velocità è un vantaggio tangibile. Però, è fondamentale non dimenticare un aspetto: tutta quella rapidità si basa su un lavoro precedente enorme, che consiste nel digitalizzare, catalogare e classificare i dati. Questo processo ha un costo significativo, spesso non adeguatamente calcolato o comunicato, e il rischio è proprio quello di vedere solo il vantaggio immediato, tralasciando il prezzo che si paga a lungo termine.

Stuart Sartori

Gli archivi tessili sono un patrimonio inestimabile per il nostro settore. Come vede l'interazione con l'AI?
Qui entriamo in un punto molto delicato. I nostri archivi sono tesori di storia e creatività, ma contengono anche disegni protetti da accordi di esclusiva, come quelli storici creati per Dior negli anni Trenta. Non possiamo illuderci che l'AI sia una macchina neutra, senza implicazioni legali o etiche. È assolutamente necessaria una consapevolezza profonda sui diritti d'autore, sull'origine dei dati utilizzati per addestrare queste AI e, soprattutto, sulla proprietà intellettuale che questi archivi rappresentano.

«La creatività è un percorso fatto di emozioni e intuizioni»

Spostandoci sul piano più strettamente creativo, quali sono le sue perplessità riguardo alla capacità dell'AI di generare nuovi disegni?
È proprio sul piano creativo che le mie perplessità si fanno più profonde. Una macchina può effettivamente generare dieci proposte in un attimo, ma la domanda cruciale è: quante di queste hanno davvero la qualità e la sensibilità che cerchiamo? Troppo spesso, questi disegni devono essere rifatti completamente da capo perché privi di quella intuizione, di quella sfumatura, di quella sensibilità che nasce solo dall'esperienza e dall'occhio umano. La creatività, per me, non è un'operazione matematica o un algoritmo; è un percorso complesso fatto di emozioni, di intuizioni inaspettate, persino di sensazioni che portano a colpi di genio.

Lei ha spesso parlato di rischio di standardizzazione del gusto. L'uso diffuso dell'AI potrebbe portare a un'omologazione stilistica nel design tessile?
Assolutamente sì, e questo è uno dei rischi più gravi che vedo. Oggi chiunque, potenzialmente, può acquistare o accedere a quegli archivi. Non parlo solo di competitor come Cina o India, ma anche di aziende turche, culturalmente più vicine al mercato europeo, che potrebbero approfittare di questa "apertura incontrollata" per replicare stili e modelli, erodendo il nostro vantaggio competitivo basato sull'originalità e sul "saper fare" unico.

Oltre alla concorrenza, c'è un rischio di perdita culturale, un'erosione del know-how tradizionale?
Certamente. Questo problema ha radici culturali profonde. Per anni ci siamo riempiti la bocca parlando del nostro 'saper fare', della nostra tradizione centenaria, di quella capacità unica di creare bellezza e innovazione. Poi, assistiamo a situazioni in cui un'azienda storica chiude e vende il proprio archivio. Con esso, se ne va un pezzo di quella cultura, di quella conoscenza tacita che è stata accumulata in decenni. L'intelligenza artificiale può ricombinare quei dati, può riprodurre motivi, ma li svuota completamente del contesto umano che li ha generati. È una perdita che va oltre l'aspetto economico.

Molti sostenitori dell'AI affermano che l'uomo resterà comunque al centro, utilizzando l'AI come uno strumento. Lei condivide questa visione?
Trovo che sia una formula che fa comodo. Si ripete spesso che l'uomo resta al centro, ma la realtà operativa può essere molto diversa. Se prima servivano cinquanta input, magari basati su

L'Intelligenza Artificiale cambia il tessile

I potenziali ambiti di applicazione dell'Intelligenza Artificiale (AI) nel settore tessile

Gestione e Ottimizzazione della Produzione
- Ottimizzazione dei processi di polimerizzazione per le fibre sintetiche
- Sviluppo di sistemi avanzati per il controllo qualità, identificando difetti in tempo reale e riducendo gli sprechi
- Miglioramento dell'efficienza dei processi decisionali

Filiere delle Fibre Naturali
- Gestione più efficiente delle coltivazioni e degli allevamenti

Creatività e Design
- Supporto ai designer nell'utilizzo di logiche di ecodesign per capi più sostenibili e riciclabili fin dalle prime fasi di progettazione
- Semplificazione del recupero del patrimonio storico delle imprese tramite la gestione degli archivi digitali, valorizzando il know-how e rendendo accessibili informazioni su collezioni passate

Tecnologia energivora ma processi efficienti

Nel mondo della moda, l'AI si traduce in tecnologie come il machine learning, l'elaborazione del linguaggio naturale e la realtà aumentata, che aiutano i brand ad analizzare dati, automatizzare i processi e assistere la creatività. L'integrazione di queste tecnologie nella produzione potrebbe rendere i processi più efficienti e ridurre gli sprechi, grazie a stime più accurate della domanda.

La moda, che unisce arte e industria, ha da tempo un impatto ambientale notevole. Secondo i dati di Worldrise, il settore è responsabile del 35% delle microplastiche negli oceani e ogni anno genera ben 93 milioni di tonnellate di rifiuti, di cui solo l'1% viene riciclato. La produzione è raddop-

L'ANALISI FULVIO ALVISI

«Come si sviluppa un'idea? Sempre da matita e colori»

L'intelligenza artificiale (AI) sta entrando con forza in ogni ambito della nostra vita, e il settore tessile — da sempre legato alla creatività e alla tradizione — non fa eccezione. Fulvio Alvisi, coordinatore del Master "Textile Design - Product Research Sustainability" presso l'Accademia Galli IED di Como e past president dell'Associazione Italiana Disegnatori Tessili, osserva con spirito critico l'impatto dell'AI nel mondo del design. La sua posizione è chiara: l'AI non va demonizzata, ma nemmeno accolta passivamente. Va compresa, guidata e utilizzata con consapevolezza.

«Si tratta di considerarla uno strumento che, se ben utilizzato, può supportare il processo creativo. Tuttavia — fa presente Alvisi — è imperativo che l'essere umano, con la sua sensibilità, la sua visione e la sua capacità di uscire dagli schemi, rimanga al centro del processo, garantendo che il design tessile mantenga la sua anima e la sua unicità, elementi che lo hanno sempre contraddistinto».

Difendere l'unicità nell'era digitale è una missione del Master, dove i disegni non nascono da un algoritmo casuale, ma da un'intenzione precisa. «L'idea - ricorda - va elaborata partendo da strumenti tradizionali, come matite, pennelli e colori, per poi essere eventualmente supportata dall'AI. Il disegno tessile non è solo una composizione visiva, ma un'espressione personale che rischia di essere compromessa se si perde il controllo sullo strumento».

Fulvio Alvisi

All'interno del Master, i docenti promuovono un approccio formativo critico e consapevole. «Gli studenti, provenienti da ogni parte del mondo, sono già formati nel campo della moda. Da noi imparano a utilizzare gli strumenti digitali nella fase di ricerca e nello sviluppo del disegno, ma sempre partendo da un segno manuale che preservi la propria identità».

Come disegnatore, Alvisi non nega il potenziale di questa tecnologia, che ritiene estremamente interessante, soprattutto nella fase di ricerca e sviluppo del prodotto: l'AI può facilitare l'accesso agli archivi e migliorare la gestione delle informazioni. Ma ammonisce: «L'AI, se usata senza spirito critico, rischia di appiattire il processo creativo. Lavora su medie e statistiche e, se non guidata da una visione forte, tende a produrre risultati omologati, privi di originalità».

«Su cento disegni generati, forse uno è davvero valido». L'AI non sostituisce la sensibilità dell'essere umano. Non è la quantità a fare la differenza, ma la capacità di cogliere quell'unica intuizione che merita di essere sviluppata. Il valore del disegnatore risiede proprio nella sua abilità nel riconoscere il potenziale e trasformarlo in qualcosa di personale e significativo. «Un tempo il disegnatore veniva considerato, a ragione, un artista. Disegnava con strumenti manuali, mettendo in campo esperienza, gusto e intuizione. Tutto ciò l'AI non lo possiede, perché non ha vissuto, non ha emozioni, non ha una visione soggettiva del mondo». Sta a noi decidere come usare l'Intelligenza Artificiale. Il suo impiego non deve mai prescindere dalla presenza centrale dell'essere umano: con la sua visione, la sua creatività e la capacità di rompere gli schemi. Solo così il design tessile potrà continuare a essere ciò che è sempre stato: espressione autentica della sensibilità umana. **E. Lon.**

I rischi di omologazione associati alla tecnologia