



fondazione
banfi

IX Edizione
SUMMER SCHOOL SANGUIS JOVIS

ARTIFICIALE

Quando la mano dell'uomo migliora la natura





Marco Ruggeri

Founder

We are

DEEPBLUE
WORKS



Eduardo Salierno

Co-founder

L'artificiale che racconta

Riflessioni ed esperienze su AI, approccio alla
e pratica professionale della comunicazione.

1 what
we talk about
when
we talk
about “artificial intelligence”

“

L'intelligenza artificiale è la scienza e l'ingegneria di realizzare macchine intelligenti, in particolare programmi informatici intelligenti.

- Dartmouth Summer Research Project
on Artificial Intelligence -

”





Una straordinaria **macchina probabilistica**,
che ha il grande vantaggio di ricevere input
e poter restituire output nel linguaggio naturale.

LINGUAGGIO UMANO



RAPPRESENTAZIONE BINARIA



CODICI NUMERICI (TOKEN)



vino

01110110 01101001 01101110 01101111

[118, 105, 110, 111]

vendemmia

01110110 01100101 01101110 01100100
01100101 01101101 01101101 01101001 0110001

[118, 101, 110, 100, 101,
109, 109, 105, 97]

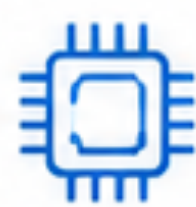
futuro

01100110 01110101 01110100
01110101 01110010 01101111

[102, 117, 116, 117, 114, 111]



SIGNIFICATO PER L'UMANO



STRUTTURA PER LA MACCHINA



NUMERI CHE L'AI ELABORA

Computazione, non intuizione.
Connessione di **dati**, non di pensieri.
Competenza **esecutiva**, non cognitiva.

Manca la ***consapevolezza***.



il poeta sei tu che leggi





“

Non esiste vento favorevole
per il marinaio
che non sa dove andare.

- Lucio Anneo Seneca -

”

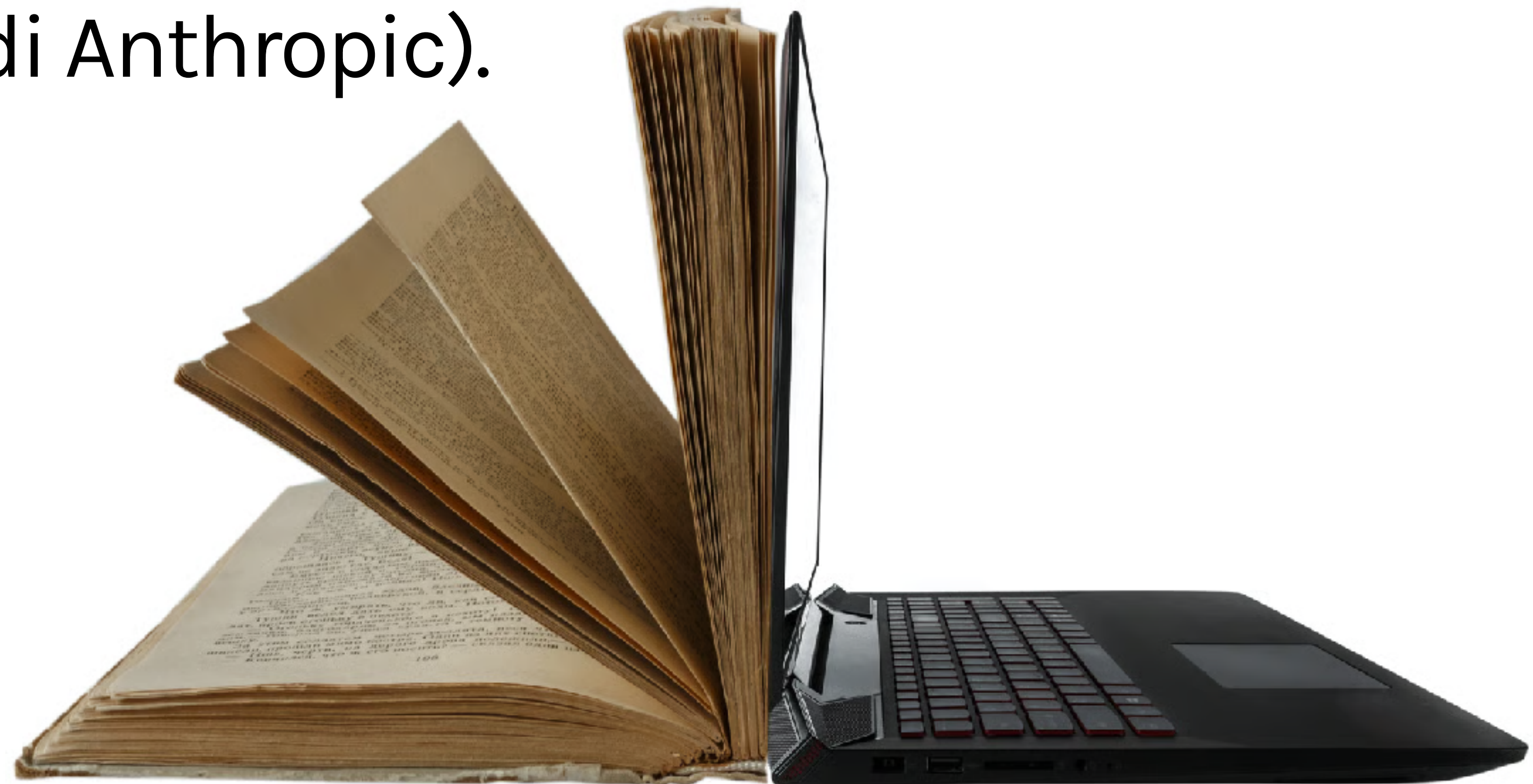




Moltiplicatore di **punti da connettere**.

Acceleratore di **iterazioni di pensiero**.

Straordinaria capacità di accesso alla **conoscenza**
(es. “Project Panama” di Anthropic).





Creatività è
creare **nessi nuovi**
tra cose note.





AI

MY

DOES THE ~~LEFT BRAIN~~ KNOW WHAT ~~THE RIGHT~~ BRAIN IS DOING?



2

Il cambiamento
non sta arrivando.
È già qui.

“

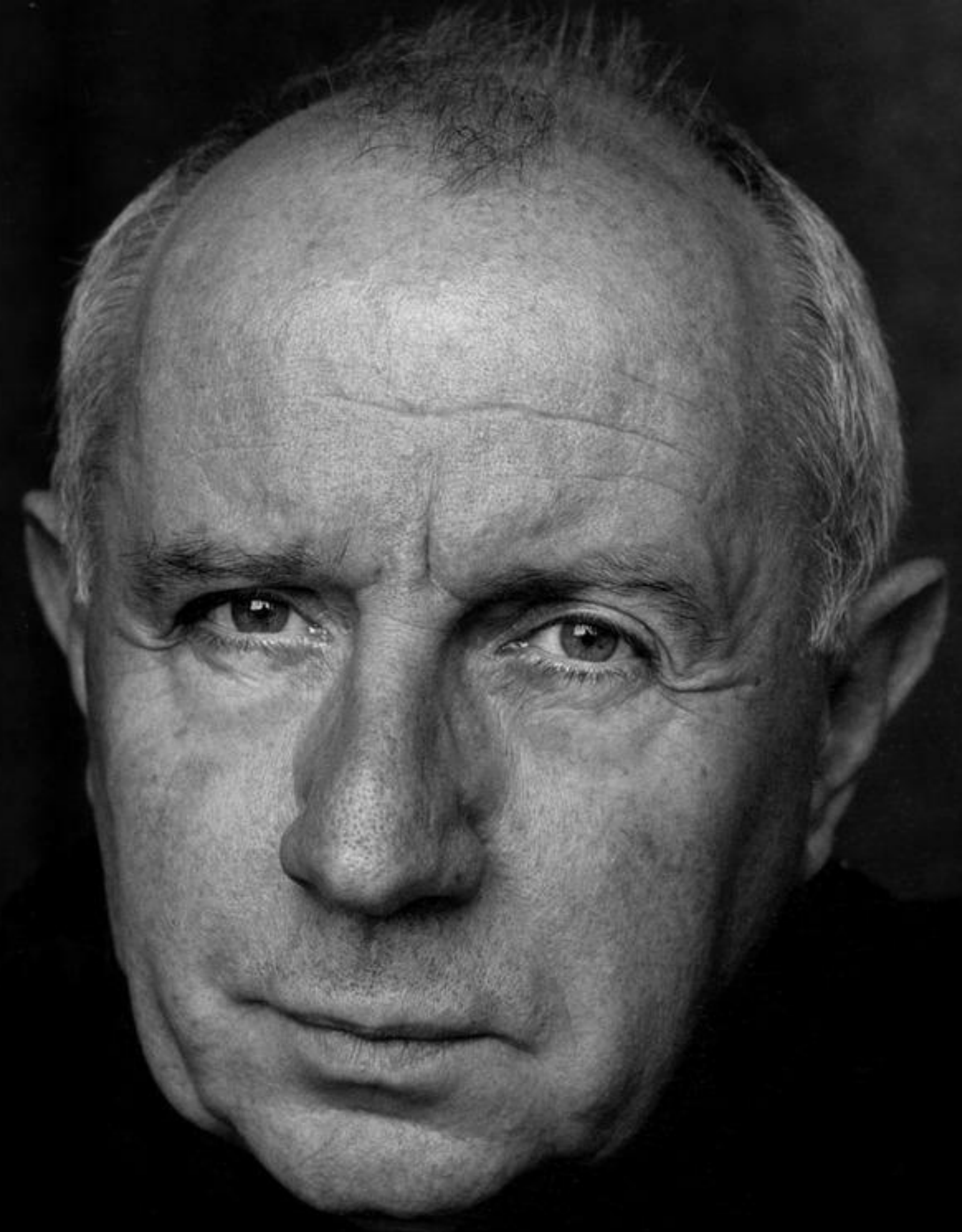
Inventare la nave a vela o a vapore significa
inventare il naufragio.

Inventare il treno significa inventare
l'incidente ferroviario del deragliamento.

Far decollare il più pesante dell'aria,
l'aereo [...], significa inventare il crash,
la catastrofe aerea.

- Paul Virilio -

”



MAI
TORNARE
INDIETRO
NEANCHE
PER
PRENDERE
LA RINCORSA

**Se tutti possono
generare,
cosa rende
riconoscibile
E rilevante un brand?**

3

Una questione di
identità.

“

Siamo ossessionati dalla qualità.

Crediamo che le cose belle debbano essere accessibili a tutti.

Non siamo un'azienda normale. Siamo nati perché non eravamo soddisfatti di quello che c'era sul mercato.

”

IDENTICO

VS

IDENTITARIO

airbnb

Spotify

Pinterest

Microsoft

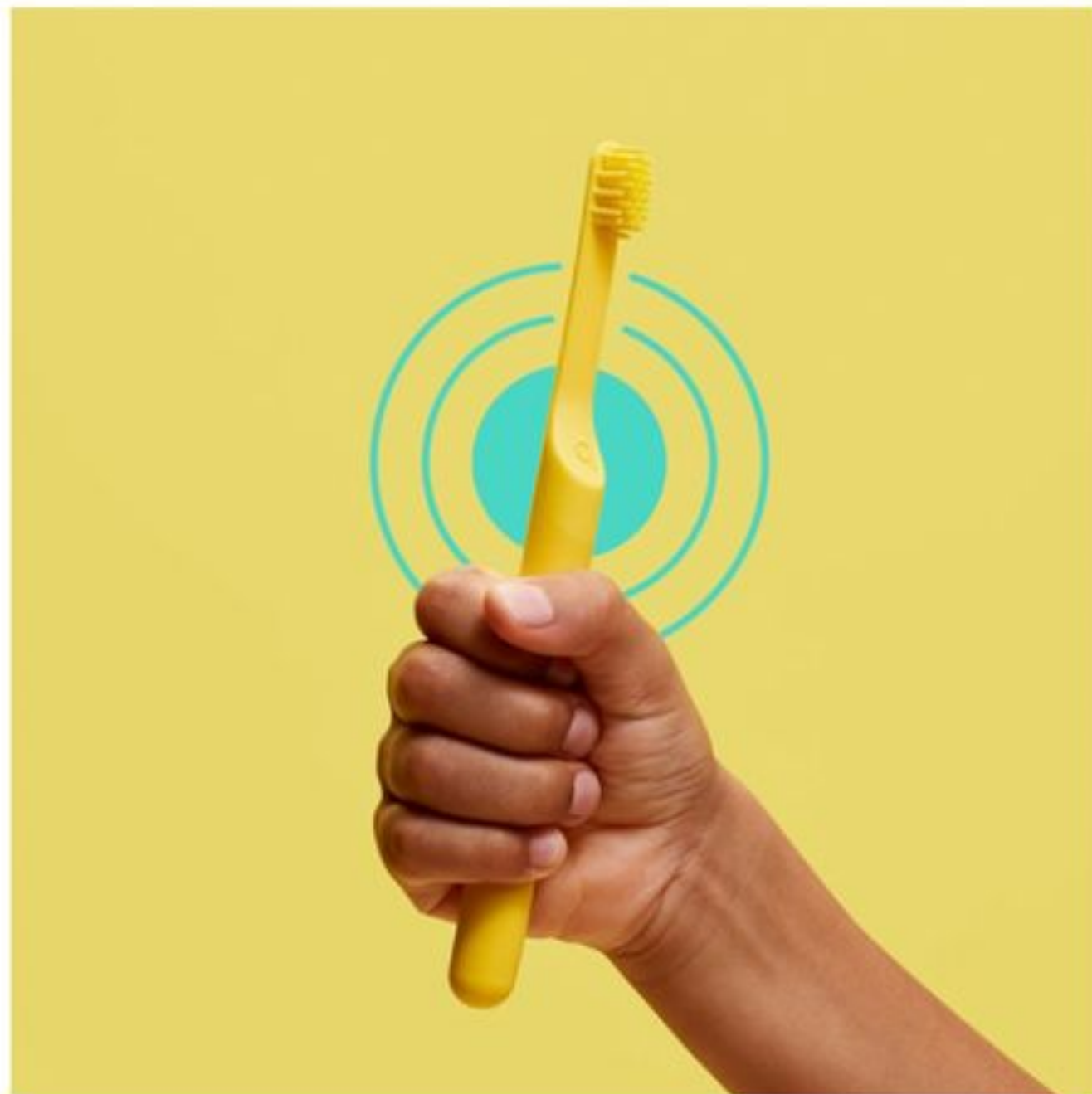
Google

Uber

Panasonic

slack

Meta



MOODBOARD TUTTI UGUALI?

Sempre stessi stili.

Colori neutri.

Stessi layout.

Dov'è la differenza?

Oggi molti brand
sembrano pensati dallo
stesso template.



aesop.com

merakicompany.com

byredo.com

tangentgc.com

lelabo.com

labruket.com



oatly.com

minorfigures.com

sproud.com

alpro.com

natrue.com



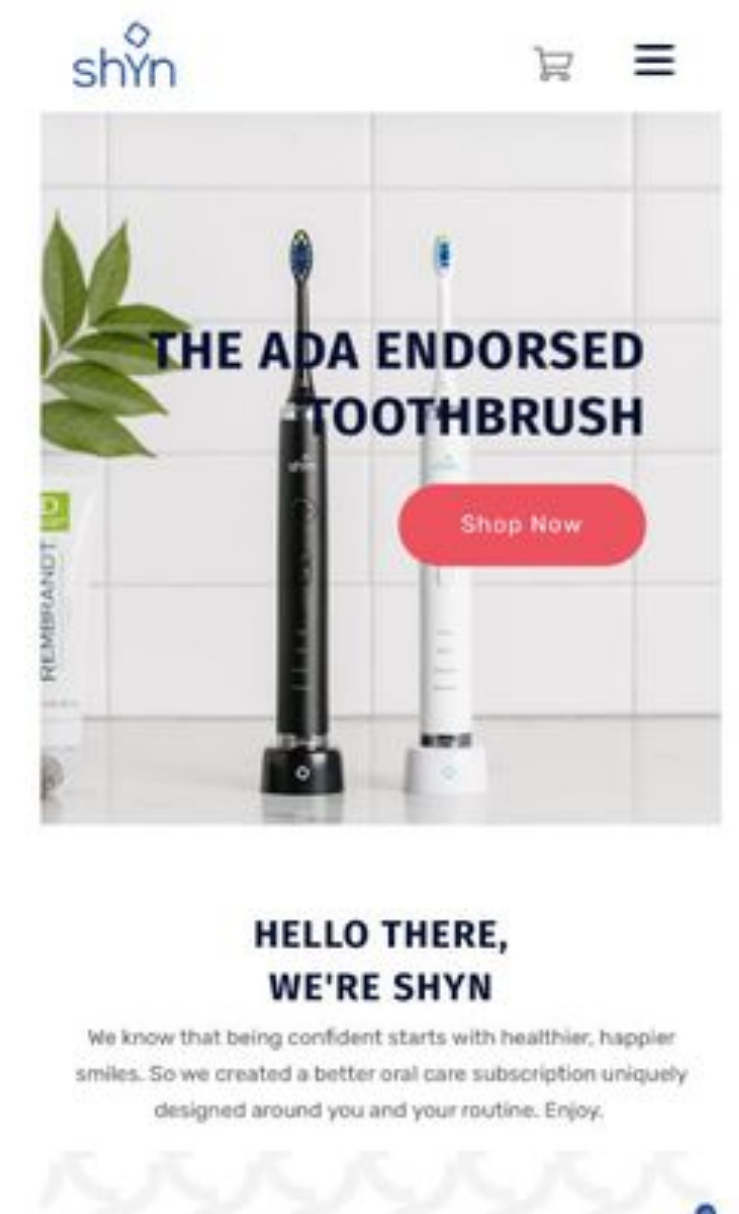
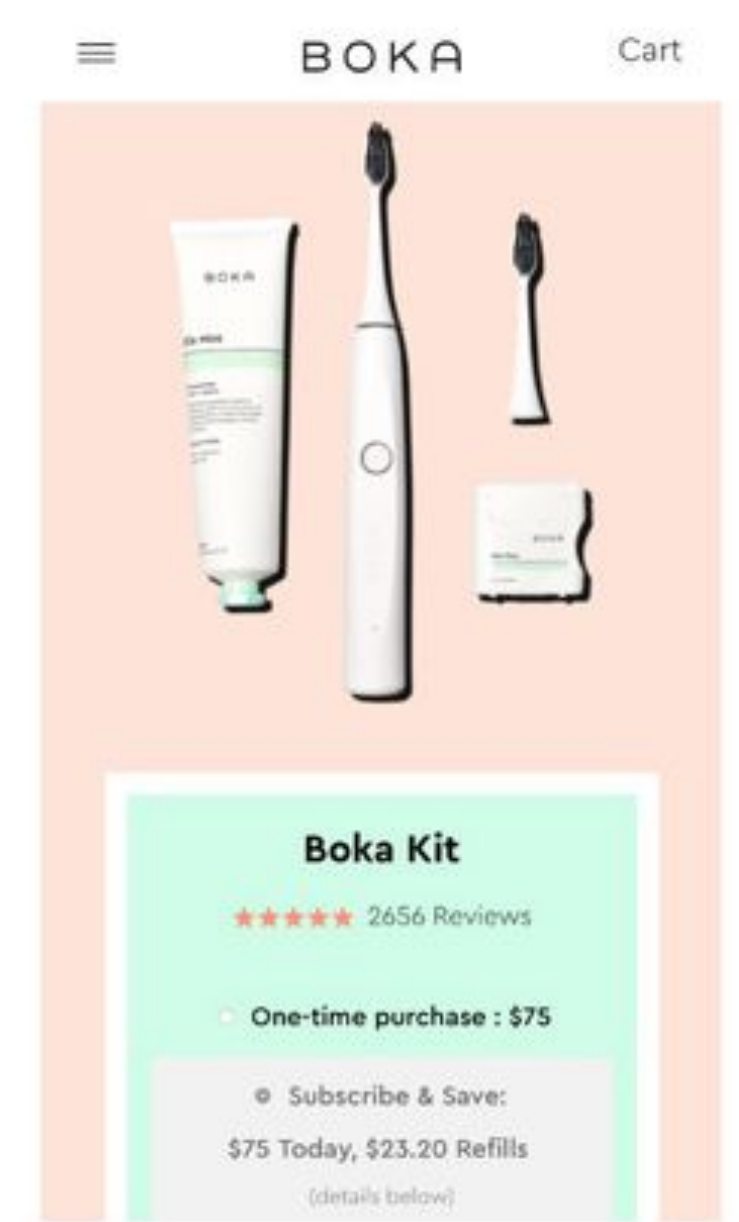
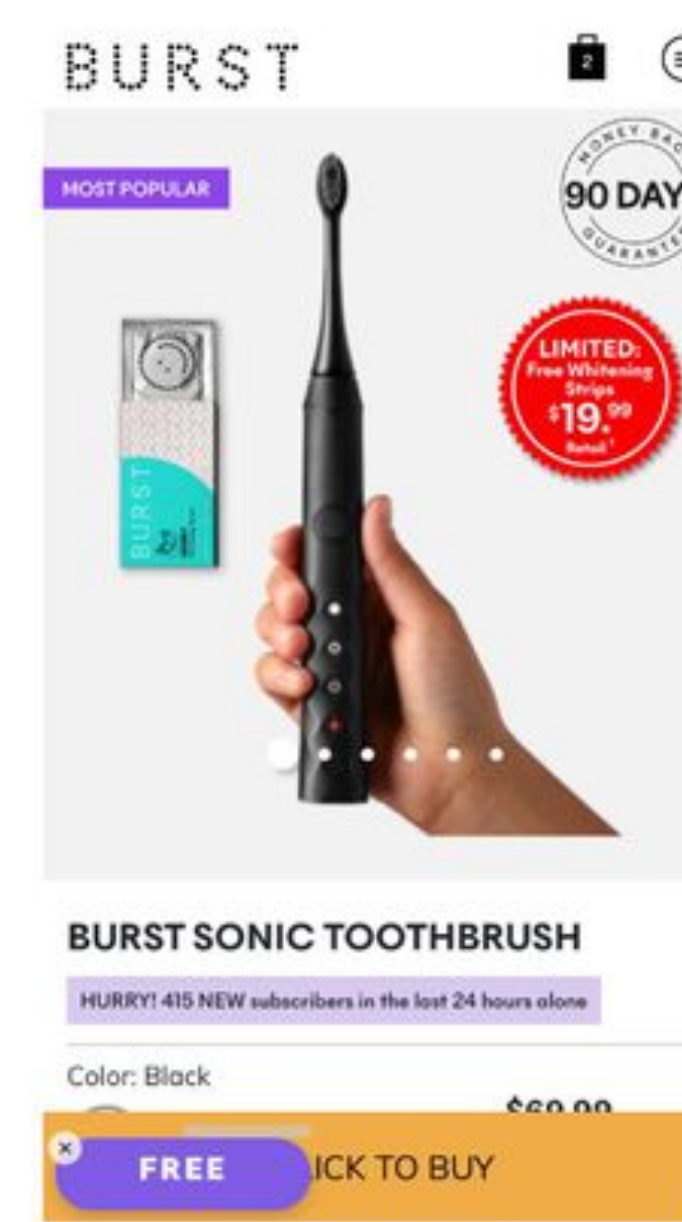
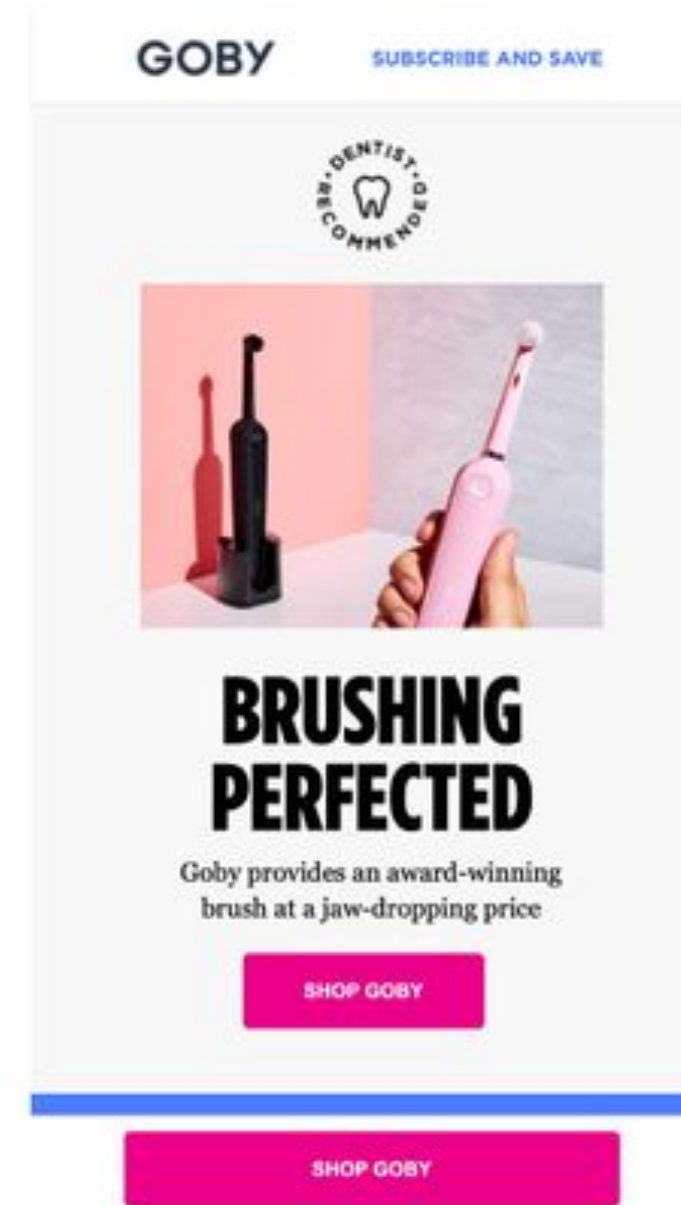
Aēsop.	meraki	BYREDO	T G C TANGENTGC	LE LABO® GRASSE - NEW YORK	L:A BRUKET
OAT LY!	MINOR FIGURES	Sproud™	alpro	NATRUE	STESSI COLORI. STESSI FONT. STESSO FEELING.
Apple	SONY	BANG & OLUFSEN	BOSE	sudio SHAPING SOUND	STESSO MONDO. STESSO LINGUAGGIO. <u>DOVE SEI TU?</u>

Brand

OR

Bland

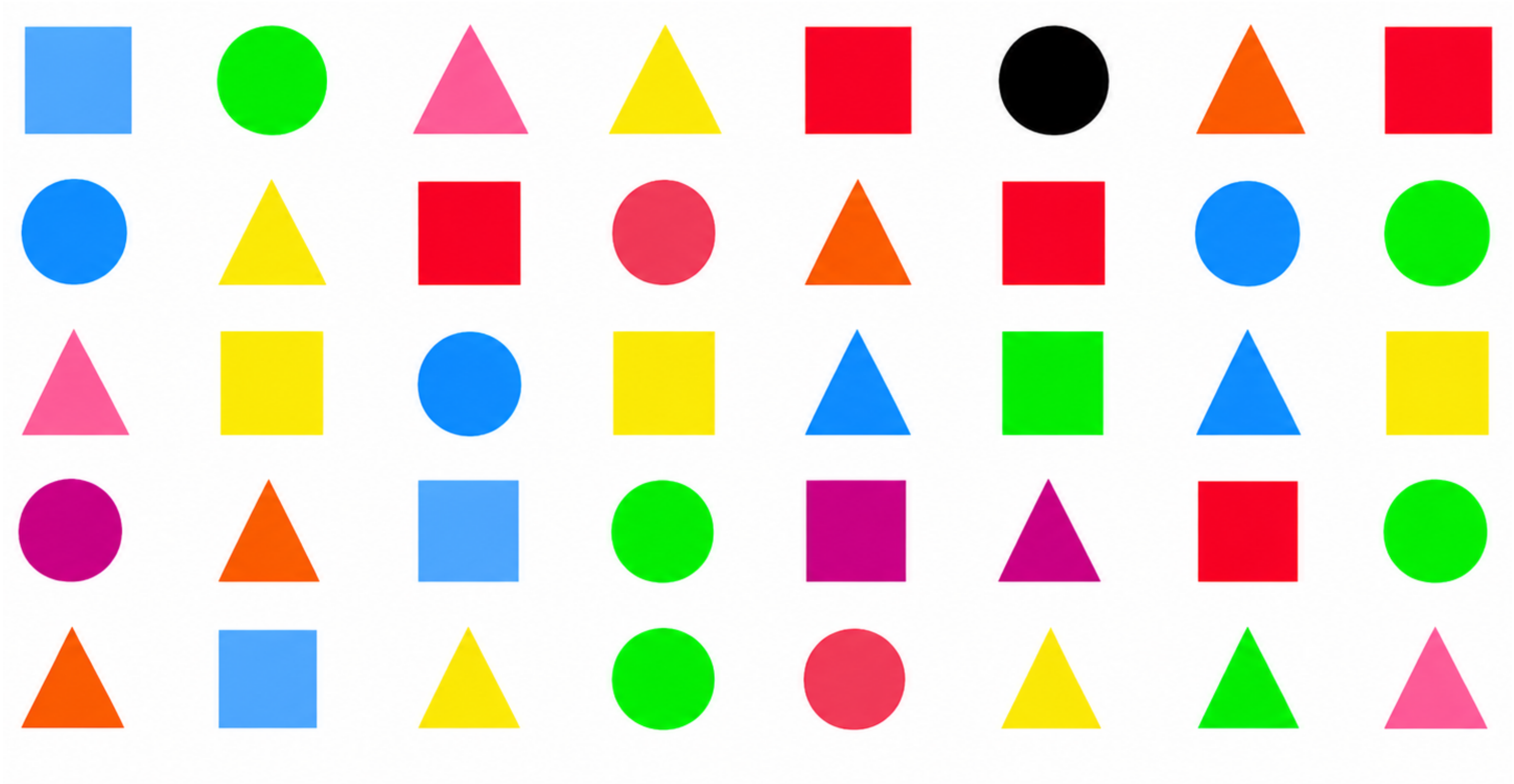
?



Il rischio della somiglianza infinita

Il contrario del brutto
non è il bello.
È il generico.

Quando tutti usano gli stessi modelli, gli output si assomigliano. La marca scompare nel rumore.



4

La macchina
creativa.

“

Conosci il tuo nemico
e conosci te stesso,
e in cento battaglie
non sarai mai in pericolo.

- Sun Tzu -

”



Il mercato pubblicitario italiano 2025

11,8 miliardi

+5% rispetto al 2024

Internet è il centro del sistema

Il digitale non è un canale.
È l'ambiente.

Internet advertising 2025: € 6,2 miliardi

Crescita: +11% rispetto all'anno precedente

53%

Investimenti pubblicitari

7
mld €

+12% rispetto al 2025

Il digitale non è un canale. È l'ambiente in cui il brand esiste o scompare.

La concentrazione Big Tech

83%

degli investimenti pubblicitari online
va ai grandi operatori internazionali

La visibilità passa da pochi ecosistemi.
La marca deve essere leggibile dagli algoritmi.



Dalla search economy alla answer economy

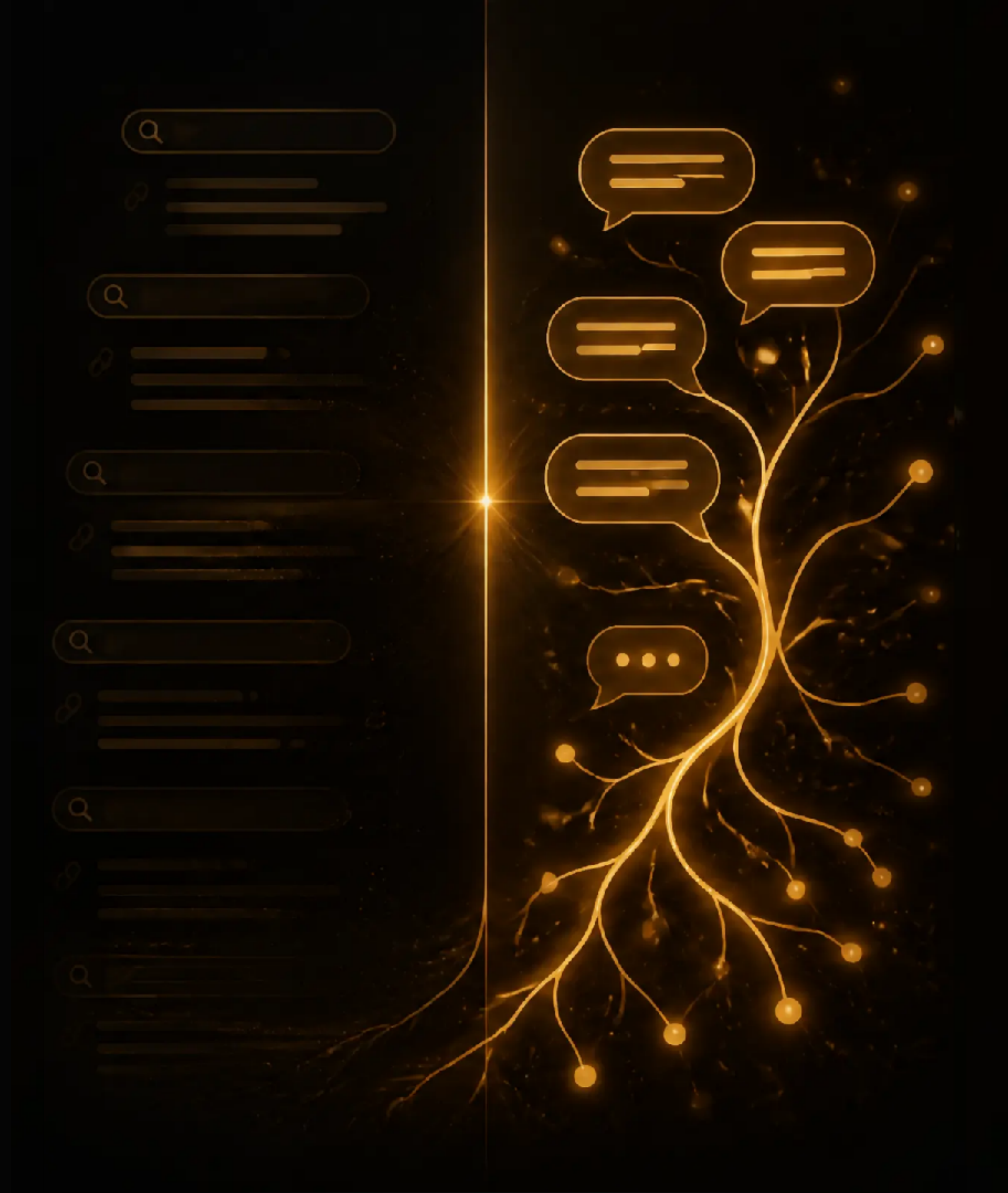
Le ricerche diventano conversazioni.

Le piattaforme sintetizzano risposte, non liste.

I contenuti devono essere autorevoli anche
per i modelli generativi non solo per gli utenti umani.

GEO — Generative Engine Optimization

Farsi capire, sintetizzare e citare dalle macchine
è la nuova frontiera della visibilità.



L'AI attraversa tutta la filiera



Non è un tool. È un'infrastruttura.

Nuovi ruoli creativi



AI Creative Director

Dirige sistemi creativi.
Non esegue.



AI Prompt Engineer

Traduce visioni in
istruzioni precise.



GEO Specialist

Rende il brand
comprensibile alle
macchine.



AI Content Governor

Supervisiona coerenza,
qualità, rischio.

**Il valore non è solo fare.
Ma anche saper scegliere.**

Non basta saper usare ChatGPT.

Occorre imparare a **dirigere** i
nuovi sistemi creativi.

L'intelligenza artificiale sa
generare, non sa intuire.

La creatività vive proprio nello
spazio che separa le due cose.

Un **insight** nasce da un'esperienza vissuta, da un disagio riconosciuto, da un desiderio non ancora detto, cose che si osservano nel mondo e non si trovano in un dataset.

**È un atto di empatia,
non di calcolo.**



Ti piace vincere facile?

Dove l'AI non arriva

Contesto

Senso

Giudizio critico

Responsabilità

L'AI produce output. Non porta responsabilità simbolica.







5

Un esempio applicativo:

Alyas



Alyas è un sistema proprietario di ricerca, sviluppato in partnership da Afliant e Deep Blue Works, che utilizza modelli linguistici avanzati per costruire popolazioni ipersintetiche: campioni simulati, definiti per mercato, profilo, interessi e relazione con il brand.

Genera profili coerenti che possono rispondere a questionari strutturati ed essere successivamente approfonditi attraverso interviste simulate.

Questo permette di osservare rapidamente pattern, tensioni e ipotesi su larga scala, attraverso un processo controllato, replicabile e trasparente. L'affidabilità è data dal protocollo con cui l'AI viene utilizzata: popolazioni definite in modo strutturato, questionari standardizzati, controlli di coerenza, distinzione tra evidenza quantitativa e interpretazione qualitativa, ripetibilità del processo e supervisione umana.

Grazie!