

## AI e autenticità ai Digital Design Days 2026 di Milano: cosa resta umano nel digitale oggi

2026-05-13 10:30:33 di Martina Citterio

URL:<https://forbes.it/2026/05/13/ai-e-autenticita-ai-digital-design-days-2026-di-milano-cosa-resta-umano-nel-digitale-oggi/>

Ai **Digital Design Days 2026** di Milano non si è parlato soltanto di intelligenza artificiale. Il tema centrale è stato un altro: cosa resta autentico in un mondo in cui tutto può essere generato, corretto e ottimizzato automaticamente. La decima edizione del festival, ospitata al Superstudio Village, ha riunito designer, agenzie, brand e professionisti della comunicazione provenienti da tutto il mondo. Sul palco si sono alternati alcuni dei nomi più influenti del settore, da **Stefan Sagmeister** a **Wesley ter Haar** di **Monks**, fino a **Emily Rickard** di **Buck** e **Philippe Maggs**, in un confronto continuo su come l'AI stia trasformando linguaggi, processi creativi ed esperienza. E il punto più interessante emerso durante l'evento riguarda proprio il modo in cui il settore creativo sta iniziando a guardare all'AI. Non più soltanto come strumento per produrre più velocemente, ma come qualcosa che sta cambiando il valore stesso dell'autenticità.

### Lo speech di Monica Magnoni

È in questo contesto che si inserisce lo speech di **Monica Magnoni**, "*Live as a Platform. Real is the New Rare*", tra gli interventi che hanno acceso maggiormente il dibattito durante il festival. Il punto di partenza è semplice: se oggi l'AI può produrre qualsiasi tipo di contenuto, il live entertainment diventa uno degli ultimi spazi in cui un brand non può nascondersi dietro una costruzione artificiale. "Nel live non esiste scroll, non esiste pausa, non esiste post-produzione", spiega Magnoni durante il talk. "È il luogo in cui un brand viene confermato o smentito in tempo reale". Nel suo intervento Magnoni introduce il concetto di "Noise Tax", la tassa invisibile che i brand stanno pagando a causa dell'inflazione di contenuti prodotti dall'AI. Una sovrapproduzione continua che rischia di erodere quello che definisce "capitale semantico": il patrimonio costruito nel tempo attraverso memoria, riconoscibilità e significato. L'intelligenza artificiale, in questa visione, non è il problema ma il riflesso di una fragilità già esistente. "L'AI è lo specchio. E quello che mostra è che molti brand stanno perdendo definizione". [gallery ids="273696,273697,273698,273699"]

### Il peso del rumore digitale

Un altro dei temi affrontati durante lo speech è quello dell'"AI Brain Fry", espressione utilizzata per descrivere la fatica cognitiva generata non tanto dall'uso dell'AI, quanto dalla supervisione continua dei suoi output. Non è l'automazione in sé a esaurire le persone, ma il controllo costante di enormi quantità di contenuti formalmente corretti ma spesso privi di identità. Da qui nasce anche una delle domande più forti emerse sul palco dei **Digital Design Days**: "Reggerebbe nel live?". Ovvero: un'idea, un prodotto o un'esperienza funzionerebbero ancora davanti a migliaia di persone reali, impossibili da controllare, editare o segmentare? Una riflessione che si collega bene a molte delle conversazioni emerse durante il festival, dove il live viene sempre meno percepito come semplice intrattenimento e sempre più come un banco di prova reale per identità, idee ed esperienze.

### Il corpo prima dello schermo

Nella parte finale del talk, Magnoni affronta anche il concetto di phygital applicato al live entertainment. Non

come semplice sovrapposizione di tecnologia all'esperienza fisica, ma come architettura invisibile capace di amplificare ciò che accade nel corpo delle persone. “Il corpo è il primo schermo”, sostiene. “L'interfaccia originale che precede qualsiasi dispositivo e che nessuno può progettare in digitale”. Un passaggio che racconta bene anche la direzione presa dai Digital Design Days negli ultimi anni: meno fascinazione tecnologica fine a sé stessa e più attenzione a ciò che le persone vivono davvero.

## **Oltre l'hype sull'intelligenza artificiale**

Anche nei panel e negli interventi più tecnici il messaggio è apparso chiaro: l'intelligenza artificiale non viene più raccontata soltanto come minaccia o automazione. Il caso di Monks, più volte citato durante il festival, rappresenta bene questa visione: un modello AI-first che utilizza l'intelligenza artificiale per accelerare processi e workflow mantenendo centrale il valore delle competenze umane. Ed è forse questo il messaggio più interessante emerso dai Digital Design Days 2026: in un mondo pieno di contenuti sintetici, ciò che diventa davvero raro non è la perfezione, ma qualcosa che riesca ancora a sembrare umano.