

Sintesi incontro online TAU VISUAL— Realtà, finzione e intelligenza artificiale nel mestiere dell'immagine

Luca Pianigiani | Aiway Magazine

Temi principali

Ho aperto questo incontro partendo da un bisogno diffuso: **riportare un po' di chiarezza e concretezza in un dibattito che, da due anni a questa parte, sull'intelligenza artificiale vive più di opinioni che di fatti.**

Chi lavora nel mondo dell'immagine — fotografi, registi, art director, comunicatori visivi — si trova oggi immerso in un paradosso: il nostro mestiere, che per sua natura si fonda sulla rappresentazione della realtà, **è diventato il terreno di maggiore ambiguità** tra ciò che è vero, ciò che appare e ciò che è verosimile.

Ho cominciato quindi con una domanda di base, apparentemente ingenua: **che cos'è la realtà?** La fotografia, da quando esiste, viene identificata come la forma più oggettiva di racconto del reale. Ma sappiamo bene che ogni fotografia è una scelta: un punto di vista, una cornice, una luce.

Oggi, con l'intelligenza artificiale, questo patto di fiducia si complica. Non tanto perché “falsifica”, ma **perché rende possibile immaginare ciò che non è mai stato documentato.**

Per questo ho raccontato **una storia** che considero emblematica: quella di una mia studentessa che ha ricostruito, con immagini generate da AI, **un archivio immaginario del calcio femminile in Italia** durante il fascismo, periodo in cui questa pratica sportiva fu cancellata per motivi ideologici.

Il suo progetto — un libro di immagini, figurine, articoli e un cine-racconto realizzato con voce e suono d'epoca sintetizzati — è totalmente “falso”. Eppure racconta una verità storica e sociale dimenticata. Questo è il punto: **non tutto ciò che è inventato mente, e non tutto ciò che è vero comunica.** La fotografia, come il cinema, può restituire verità anche attraverso la finzione. L'intelligenza artificiale, se usata con coscienza, può ampliare questo territorio narrativo, non distruggerlo.

L'illusione della neutralità tecnologica

Da qui siamo passati alla questione più ampia: il rifiuto o la paura dell'intelligenza artificiale. In molti, anche tra i professionisti, dicono **“io non la uso”, “io sono contrario/a”**.

Io credo sia una posizione legittima ma retorica: non si può essere contrari a qualcosa che è già dentro la nostra vita.

Ogni volta che usiamo un iPhone, una reflex con autofocus, un navigatore o Netflix, stiamo utilizzando sistemi che usano l'intelligenza artificiale. Rifiutarla a parole ma accettarla nei gesti quotidiani è solo una forma di consolazione morale.

Quello che dobbiamo capire è che **l'AI non è un nuovo Photoshop o un nuovo software di editing. È un cambio di visione del nostro ruolo**. Non si tratta di imparare a usare uno strumento, ma di ripensare la nostra posizione dentro un ecosistema che apprende da noi e insieme a noi.

Etica, copyright e legittimità dell'apprendimento automatico

Un altro nodo cruciale del mio intervento è stato quello del **diritto d'autore e del concetto di “furto” delle immagini**. Molti artisti e fotografi accusano le piattaforme di AI di aver rubato i loro lavori. Ed è vero, in parte: i modelli si sono addestrati su archivi immensi, spesso senza consenso. Ma ho voluto distinguere tre livelli: etico, legale e culturale. • **Eticamente**, è una violazione evidente: prendere senza chiedere non è giusto. • **Giuridicamente**, però, non è (ancora) illegale, perché la legge non lo prevede in modo esplicito. • **Culturalmente**, dobbiamo domandarci se guardare, studiare e apprendere da un'immagine equivale a rubarla.

Quando noi, come autori, visitiamo un museo o sfogliamo un libro di fotografia, assorbiamo e trasformiamo. La differenza tra un artista umano e un modello di AI è la scala, non l'intenzione: noi vediamo migliaia di immagini nella vita, l'AI miliardi. Ma il principio è lo stesso: apprendere attraverso l'esempio. Ciò che cambia è la consapevolezza — e la responsabilità — con cui lo facciamo.

Ho spiegato anche come l'Europa stia cercando di intervenire con l'AI Act, che dal 2 agosto 2025 obbliga le piattaforme che operano in territorio europeo a dichiarare la provenienza dei dati di training. È un primo passo, ma insufficiente: **il vero problema è che la velocità della tecnologia ha superato la capacità di formulare**

leggi. Come sempre accade, le aziende americane prima abbattono i muri e poi discutono se potevano farlo. Il risultato è che stiamo vivendo in una zona grigia, dove la morale è soggettiva e la regolamentazione arriva sempre dopo.

L'informazione nell'epoca della previsione

Ho portato un secondo tema di riflessione: **la crisi dell'informazione nell'epoca dell'intelligenza artificiale generativa.** Le nuove funzioni di Google — prima **AI Overview** e poi **AI Mode** — stanno trasformando il modo stesso di cercare. Non esistono più i link, ma una narrazione automatica che ci racconta cosa dovremmo sapere, costruita su previsioni, non su verifiche. Un motore di ricerca che non cita, non collega, non accredita le fonti: una deriva che si porta dietro un rischio sulla trasparenza informativa.

Ho usato un'immagine: come le **“dark kitchen”** delle strutture di food delivery che cucinano piatti che sembrano provenire da ristoranti veri ma in realtà sono prodotti in laboratori anonimi, **così nasceranno “dark web editoriali”, fabbriche di contenuti prodotti per alimentare le macchine, non le persone.** Wikipedia già oggi riceve un forte traffico da bot, non da esseri umani. È un futuro possibile: un web che non ci parla più, ma si autoalimenta.

Da qui ho ribadito l'importanza di nuovi modelli di informazione responsabile, come quello che stiamo sperimentando in **Aiway Magazine**: un formato che unisce testo, voce e interazione, in cui il lettore può interrogare direttamente i contenuti, chiedere chiarimenti, attivare conversazioni con l'archivio. È un modo per riportare l'AI dentro una cornice di senso: uno strumento che aiuta a comprendere, non a sostituire.

Le contraddizioni del sistema: energia, potere e speculazione

Ho voluto poi affrontare i nodi più strutturali. **L'AI non è neutra anche per ragioni fisiche:** consuma energia e acqua in quantità insostenibili, produce CO₂, e concentra il potere economico nelle mani di pochissimi soggetti. Ho ricordato come OpenAI abbia perso 9 miliardi di dollari nel 2024, pur continuando a ricevere investimenti da centinaia di miliardi. **È una bolla speculativa che ricorda quella del digitale vent'anni fa:** un'economia circolare solo nel senso finanziario, dove i soldi ruotano tra pochi attori e il primo che si ferma fa crollare tutto.

Eppure, mentre l'Occidente investe per estrarre dati e profitto, la Cina — ex simbolo di inquinamento — è diventata in pochi anni il paese con il più alto tasso di energia rinnovabile, anticipando di sette anni gli obiettivi internazionali. Un paradosso che ci ricorda che etica e innovazione non sono incompatibili, ma vanno pianificate insieme.

Il mestiere del fotografo e del creativo nell'era post-immagine

Nel secondo blocco dell'incontro ho riportato la discussione sul piano operativo: che cosa cambia per chi lavora con le immagini. **Ho distinto tre livelli:** 1. Chi continua a fotografare il reale, valorizzando autenticità, luce naturale, tempo e presenza. C'è ancora — e ci sarà sempre — spazio per questo tipo di lavoro, ma solo se di altissima qualità, unico, riconoscibile. Non si può competere sul prezzo o sulla velocità con le macchine. 2. Chi usa l'AI come estensione del proprio linguaggio, per creare immagini impossibili, per inventare archivi, per costruire atmosfere. Qui il valore non è nel mezzo, ma nella direzione: diventare direttori creativi di sistemi intelligenti, capaci di orientare lo stile e la visione. 3. Chi costruisce progetti, non solo immagini: editoriali, campagne, esperienze interattive. È la transizione dal fotografo al creatore di contenuti complessi, dove le immagini non sono il fine, ma il linguaggio di partenza.

Ho ricordato che l'AI può aiutarci a automatizzare ciò che ci sottrae tempo e senso — esportazioni, catalogazioni, correzioni tecniche — e restituirci il piacere del pensare, del montare, del progettare.

Ho citato esempi di tool concreti (Atlas, Comet, DIA, Nano Banana, Magnific) e la differenza tra strumenti complessi e strumenti semplici: vince la semplicità intelligente, non la complessità sterile. Il futuro non è nei prompt ingegneristici, ma nella capacità di dialogare con le macchine come con un collaboratore.

Fallimenti annunciati e scelte strategiche

Ho spiegato che **gran parte delle piattaforme di AI generativa falliranno nei prossimi due anni**. Non per limiti tecnologici, ma per insostenibilità economica. Molte si reggono su investimenti a fondo perduto, altre — come Adobe — si sono contraddette: hanno dichiarato di non rubare, ma nei contratti di Adobe Stock autorizzano l'uso dei contenuti per addestrare Firefly.

Ho indicato Midjourney come l'unico modello realmente indipendente, profittevole e coerente, con 260 milioni di dollari di utile e senza investitori esterni. Questo non è un dettaglio tecnico: è la differenza tra una tecnologia di mercato e una tecnologia che guarda solo verso la ricerca di investitori.

La verità come residuo e come valore

Nella parte finale del convegno si è aperto il dialogo con i partecipanti. Sono emersi interrogativi profondi: **Cosa ne sarà della fotografia come testimonianza?** Come distinguere un'immagine vera da una generata? E soprattutto, la gente vuole ancora la verità?

Ho risposto che sì, esisterà sempre una nicchia — piccola ma importante — di autori e pubblico che cercheranno verità autentiche, **garantite da sistemi di tracciamento, blockchain, metadati inviolabili, e forse anche da un nuovo “notaio digitale” integrato nelle fotocamere del futuro.** Ma la verità sarà un valore di lusso: più raro, più costoso, più consapevole. Il resto sarà finzione condivisa, narrativa di consumo, realtà plausibili che tutti accetteremo come sufficienti.

Riferimenti culturali e autori citati

- Sam Altman, per il caso del furto delle immagini Studio Ghibli e la superficialità etica di alcune dichiarazioni.
- AI Act europeo (2025), come tentativo concreto di trasparenza e tracciabilità dei dataset.
- New York Times, Washington Post, Getty Images, esempi di istituzioni che negoziano legalmente l'uso dei propri contenuti.
- Cina, come esempio di transizione energetica accelerata.
- Adobe, Google, Meta, OpenAI, Stability AI, Midjourney, citate come attori principali con modelli economici ed etici differenti.
- Aiiway Magazine, come laboratorio sperimentale di giornalismo interattivo per i fotografi professionisti che vogliono approfondire l'AI.
- Magnific, Topaz, Nano Banana, strumenti menzionati per la qualità tecnica nel trattamento delle immagini.

Concetto finale

Ho chiuso dicendo che l'intelligenza artificiale è un amplificatore di ciò che siamo, non un sostituto. Se dentro di noi c'è fretta, superficialità, speculazione, lei moltiplicherà tutto questo. Ma se c'è desiderio di conoscenza, etica, curiosità e visione, diventerà uno strumento di evoluzione culturale.

Essere “contro” o “a favore” dell'AI non ha più senso: è come essere contro la scrittura dopo l'invenzione della stampa.

La vera scelta è da che parte stare della realtà: tra chi la subisce e chi la costruisce.

E per chi lavora nel mondo dell'immagine, significa tornare a fare ciò che sappiamo fare meglio: guardare, interpretare, restituire senso.

Anche se, per farlo, dobbiamo imparare di nuovo tutto da capo.