

Veronica Neri

Creatività e GenAI. L'etica del *prompting* tra co-creazione, de-creazione e simulazione

1. Premessa

Il concetto di creatività ha attraversato a più riprese la storia del pensiero filosofico intrecciandosi a quello di immaginazione. Dalle riflessioni platoniche sulla *mimesis* alle teorie kantiane sull'immaginazione produttiva e riproduttiva fino alla teoria della co-creazione individuo-macchina dell'età della tecnica, l'essere umano ha riflettuto sulla propria capacità di creare immagini, sia nella propria mente che concretamente attraverso la materia e, oggi, i bit¹. Tale tradizione filosofica si trova adesso a fare fronte a una trasformazione radicale, la possibilità di creare non solo da parte di un soggetto umano, ma anche dei sistemi artificiali, i cosiddetti modelli di intelligenza artificiale generativa (*Generative AI Models*), basati su reti neurali, come le GAN o i LLM².

Relativamente a questi ultimi si tratta di strumenti capaci di creare immagini in tempi molto brevi per molteplici finalità – dall'ambito informativo a quello pubblicitario, artistico e divulgativo –, in quantità e qualità fino a pochi anni fa impensabili. Un aspetto, pertanto, che merita a mio parere un approfondimento consiste nei nuovi paradigmi di creazione e di creatività emergenti. La macchina algoritmica rielabora contenuti preesistenti e

¹ Cfr. A. Fabris, *Philosophy, Image and the Mirror of Machines*, in Ž. Paić, K. Purgar (eds), *Theorizing Images*, Cambridge Scholars Publishing, Newcastle 2016, pp. 111-120; V. Neri, *Ethics and the Artificial Image. Accountability and Reliability for a New Status of the Visual*, Mimesis International, Milano 2025.

² Cfr. J. Goodfellow et al., *Generative Adversarial Networks*, in «ArXiv:1406.2661v1», June 2014; A. Lenci, *Understanding Natural Language Understanding Systems*, in «Sistemi intelligenti. Rivista quadrimestrale di scienze cognitive e di intelligenza artificiale», 2, 2023, pp. 277-302: 282; A. Barale (a cura di), *Arte e intelligenza artificiale. Be by Gan*, Jaca book, Milano 2020.

contenuti nel proprio dataset di riferimento generando forme che appaiono nuove. Affiorano quindi alcuni interrogativi: ovvero se sia lecito affermare l'esistenza di una vera e propria 'creatività artificiale' e/o se siamo di fronte a un'esternalizzazione della nostra capacità creativa o co-creativa, delegata agli algoritmi che traducono in immagini ciò che noi formuliamo in prevalenza con il linguaggio verbale.

Tale atto creativo è difatti possibile grazie al *prompting*, quel processo attraverso il quale il soggetto formula una richiesta in linguaggio naturale al sistema di GenAI – come per esempio, ChatGPT, DALL-E o Copilot –, per ottenere in risposta le immagini desiderate. Il *prompt* sembra funzionare come un'*ekphrasis* algoritmica, una descrizione verbale accurata di ciò che vorremmo visualizzare.

L'essere umano, dunque, sembra non delegare completamente la propria creatività, ma la orienta e la guida, mentre la macchina la elabora e la restituisce concretamente sotto forma visiva. L'atto 'creativo' produttivo, guidato dall'essere umano, diviene pertinenza unicamente della macchina. È qui che si annida la questione etica: il *prompt* non è un comando neutro, bensì un atto etico, che implica valori e direzioni di senso, capace di introdurre tanto *bias* e stereotipi, quanto aspetti inclusivi, cancellazioni culturali, prospettive inaspettate e perturbanti.

La creazione artificiale sembra configurata allora come un processo di co-creazione, in cui vengono coinvolti – senza il permesso esplicito – anche gli autori (esseri umani e/o macchine) delle immagini prese come base di riferimento. La responsabilità morale dell'essere umano non viene meno, ma anzi si intensifica, poiché la scelta, se accettare o meno (e in che misura) l'immagine creata dall'IA, spetta unicamente all'individuo.

A rendere più articolato il quadro interviene il fenomeno dell'«iperrealismo» à la Baudrillard – il quale suscita inconsapevolmente un certo perturbamento (il così detto fenomeno della «uncanny valley») dal momento che, nonostante la verosimiglianza tra immagine creata e realtà oggettuale, si rileva una qualche incongruenza che ricorda la vera natura artificiale dell'immagine³.

La co-creazione artificiale non è pertanto eticamente neutra, richiede una riflessione sulla tipologia di rappresentazioni emergenti. Il rischio

³ M. Mori, *Bukimi no tani - The Uncanny Valley*, transl. engl. by K.F. MacDorman, T. Minato, in «Energy», 7, 4, 1970, pp. 33-35; M. Masahiro, K. MacDorman, N. Kageki, *The Uncanny Valley*, in «IEEE Robotics & Automation Magazine», 19, 2012, pp. 98-100: 99.

è la creazione di rappresentazioni della realtà che possono sostituirla o, quanto meno, riformularne (polarizzando?) alcuni aspetti⁴.

La GenAI accelera il processo di perdita di riferimento a fatti concreti a favore di processi di simulazione; simulacri iper-realistici che virtualizzano la realtà e influenzano il modo in cui percepiamo noi stessi, gli altri e il mondo. Ma si tratta di simulacri particolari, sintesi di altre immagini simulacralizzate, un puzzle di simulacri così convincente da sembrare vero. L'etica, allora, non può limitarsi a regolare gli aspetti tecnici propri dei sistemi di GenAI, ma deve interrogarsi sul senso di tali processi di co-creazione di immagini e su una nuova accezione del concetto di copia, dalla funzione non tanto imitativa, quanto (almeno in parte) trasformativa.

Il saggio mira, pertanto, a dare una sintetica riflessione, in primo luogo, sui concetti di creazione e creazione artificiale per poi affrontare la funzione del *prompting* per co-creare immagini. Nel paragrafo successivo si appunterà l'attenzione sulla vulnerabilità cognitiva ed emotiva dell'essere umano di fronte alle creazioni artificiali. Si affronterà il tema del simulacro iper-reale e della copia fino indagare, in conclusione, questioni legate ai limiti di tali co-creazioni, mostrando come la GenAI possa essere tanto strumento di esclusione quanto di inclusione e emancipazione. Delineare i confini di una co-creazione essere umano-macchina, induce a pensare a un ruolo nuovo da attribuire ai concetti di originalità e di simulazione, per una possibile etica della copia che sembra rievocare il concetto orientale di *shanzhai*.

2. Creatività 'naturale' e 'artificiale': una prospettiva etica

Senza pretese di esaustività possiamo brevemente intendere la creatività come un atto mentale, la capacità di formulare idee nuove e di valore ricorrendo alla propria immaginazione. I prodotti della creatività possono essere immateriali oppure oggetti materiali. Rispetto al concetto di immaginazione, dal greco *phantasia* e dal latino *imaginatio*, da intendersi come «the ability to create pictures in your mind; the part of your mind that does this or something that you have imagined rather than something that exists or the ability to have new and exciting ideas»⁵, la creazione sem-

⁴ J. Baudrillard, *Simulacres et Simulation*, Editions Gallimard, Paris 2024.

⁵ Cfr. Voce *Imagination* in Oxford Dictionary online, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/imagination>. Secondo il vocabolario Treccani, invece, possiamo ampliare lo spettro definitorio dell'immaginazione come una «particolare forma di pensiero, che non segue regole fisse né legami logici, ma si presenta come riproduzione ed elaborazione libe-

bra riferirsi più alla capacità produttiva dell'immaginazione. Si estrinseca nell'atto del rendere visibile il risultato dell'attività immaginativa, di qualcosa che prima non esisteva: «[s]i designa come creatività quella capacità della mente che si traduce nella produzione di innovazioni nei processi di conoscenza e di dominio del mondo oggettuale. Affinché un'innovazione venga designata come creativa, o venga attribuita a creatività, occorre che sia consensualmente apprezzata come un salto di qualità rispetto allo stato precedente del sapere e/o della tecnica. Creativi sono dunque in pratica, e più concretamente, tutti i processi intellettuali che comportano l'introduzione di nuove concezioni e soluzioni: queste possono consistere, nei casi più tipici e marcati, in rivoluzionari punti di vista filosofici e scientifici, o nell'invenzione di nuovi apparati tecnici atti a raggiungere risultati desiderati»⁶.

Dal punto di vista semasiologico il termine creatività deriva dal verbo latino *creō*, che significa 'creare, fare o dare origine'. Ancora prima sembra provenire dalla radice indoeuropea **kar-* con il significato, anch'essa, di 'produrre', 'generare', 'fabbricare', presente in particolare nel sanscrito **kar-oti* ('creare, fare') e **kar-tr* ('colui che fa, creatore'); richiama altresì, a propria volta, la radice indoeuropea *-ar*, 'mettere insieme, far combaciare'. Nella lingua greca possiamo rintracciare, infine, il verbo *kraino*, con il signi-

ra del contenuto di un'esperienza sensoriale, legata a un determinato stato affettivo e, spesso, orientata attorno a un tema fisso; può dar luogo a una attività di tipo sognante (come nei cosiddetti "sogni a occhi aperti"), oppure a creazioni armoniose con contenuto artistico (i. artistica), o anche, con un meccanismo che si riallaccia all'intuizione, a conclusioni ricche di contenuto pratico; con definizione più generica, la facoltà di formare le immagini, di elaborarle, svilupparle e anche deformarle, presentandosi in ogni caso come potenza creatrice» (Voce *Immaginazione*, in Treccani online, <https://www.treccani.it/vocabolario/immaginazione/>). In termini kantiani, l'immaginazione è "pura o produttiva" quando elabora esteticamente, mentre è "riproduttiva" quando presuppone l'esperienza elaborata empiricamente. L'immaginazione produce non solo immagini mentali visive, ma anche immagini tattili, acustiche, olfattive e motorie. Nell'atto creativo queste immagini mentali possono esprimersi in opere di vario tipo come dipinti, sculture, poesie, musica, danze, ecc. Senza voler produrre un *excursus* esaustivo ha assunto valenze molto diverse nel corso della storia della filosofia. Wunenburger introduce infatti il concetto di "immaginazione morale": la facoltà di concepire possibilità di bene e di male, di orientare l'agire a partire da immagini del desiderabile o del temibile. L'immaginazione non è mai solo un'attività estetica, ma una forza che plasma la nostra relazione con il mondo. È su questa base che si colloca oggi il problema delle immagini artificiali: se esse esternalizzano o simulano l'immaginazione, allora è in gioco la nostra capacità di giudizio e la nostra responsabilità morale. Ciò che accomuna queste interpretazioni è la consapevolezza che l'immaginazione non è mero gioco estetico, ma forza costitutiva del rapporto dell'essere umano con il reale: produce immagini, narrazioni, simboli che orientano il nostro modo di vivere e di agire. Cfr. J.-J. Wunenburger, *Philosophies des images*, PUF, Paris 1997.

⁶ Cfr. Voce *Creatività*, in Treccani online, <https://www.treccani.it/vocabolario/creativita/>.

ficato di ‘creo, produco, compio’, e i nomi *Kreion* e *Krantor*, cioè colui che fa, che crea – dalla radice κρᾱ-; ma anche la parola *[K]ronos*, il creatore per antonomasia, il tempo, padre di Giove⁷.

Il significato del termine si è evoluto da un concetto che, *ab origine*, era riservato alla creazione *ex nihilo*, sulla scia della tradizione cristiana, fino al senso moderno di ingegnosità umana che ha preso avvio nel corso del Rinascimento, quando, con Pico della Mirandola l’uomo viene concepito come capace di plasmare sé stesso. Nel Romanticismo, con Hegel, la creazione di un’opera d’arte è una forma dello Spirito assoluto attraverso il genio, mentre per Heidegger è una creazione senza scopo se non il proprio sé, autonoma, che mette in opera la verità dell’essere, intesa come *alétheia*, l’essere manifesto, disvelato⁸. Arendt, subito dopo, vede nella creazione la capacità di introdurre nel mondo qualcosa di radicalmente nuovo e vitale⁹.

Nel corso del Novecento l’aggettivo creativo, richiamando il cambiamento semantico in corso dell’aggettivo inglese *creative* – poi recepito anche nella lingua francese – recupera il senso dell’uso di certe competenze per produrre qualcosa, caricandosi anche della connotazione di produttivo, evolvendo, dunque, in una risorsa quotidiana propria di tutti i soggetti¹⁰. Sulla scia di Gardner la creatività dipende dall’intreccio tra l’intelligenza del singolo e il contesto culturale e sociale che consentono la sua estrinsecazione. Può pertanto manifestarsi in un ambito piuttosto che in un altro, elaborando soluzioni e direzioni originali¹¹.

Infine, più recentemente, Boden definisce la creatività come produzione di idee nuove e di valore, «the ability to come up with ideas that are new,

⁷ M. Cinque, *La creatività come innovazione personale: teorie e prospettive educative*, in «Giornale Italiano della Ricerca Educativa», III, 2 2010, pp. 95-113: 96; R.J. Sternberg, *Handbook of Creativity*, Cambridge University Press, New York 2014; J. Sassoon, *Metafore della creatività: linguaggi, rituali, artefatti*, in A. Melucci, *Creatività: miti, discorsi, processi*, Feltrinelli, Milano 1994, pp. 163-164. <https://www.etimoiitaliano.it/2014/10/creare.html#:~:text=L'etimologia%20della%20parola%20creare,%2C%20creatura%2C%20etc.>

⁸ V. Venier, *Il problema. Heidegger e l'«Arte» della verità*, in V. Venier (a cura di), *L'origine dell'opera d'arte di Heidegger e il problema della verità*, Paravia, Torino 1995, pp. 11-20: 12; G. Vattimo, *L'opera d'arte come messa in opera della verità e il concetto di fruizione estetica*, in *ivi*, pp. 135-143.

⁹ G. Pico della Mirandola, *Discorso sulla dignità dell'uomo*, KKIEN Publ. Int. 2023; M. Cinque, *La creatività come innovazione personale*, cit.

¹⁰ Cfr. Voce *Creative* in Oxford Dictionary online, 2002, https://www.oed.com/dictionary/creative_adj?tl=true.

¹¹ Cfr. H. Gardner, *Formae Mentis: saggio sulla pluralità dell'intelligenza*, trad. it. di L. Sosio, Feltrinelli, Milano 2007; Id., *Cinque chiavi per il futuro*, trad. it. di E. Dornetti, Feltrinelli, Milano 2014.

surprising, and valuable»¹². Distingue più specificatamente tra creatività combinatoria, esplorativa e trasformativa. La prima crea combinazioni di elementi noti, la seconda si basa sulla scoperta di ulteriori possibilità all'interno di uno spazio concettuale con regole sue proprie, mentre l'ultima ridefinisce lo spazio concettuale, creando forme espressive nuove, rendendo cioè possibili idee che prima erano impensabili e inconcepibili¹³.

Con l'avvento delle tecnologie di GenAI, questa funzione necessita di una riformulazione adeguata. Non sono più solo gli esseri umani a creare immagini, ma altresì gli apparati algoritmici che, a partire da istruzioni linguistiche (*prompt*), sono in grado di generare immagini *ex novo*. Il problema morale appare duplice: da un lato, si tratta di comprendere se e in che misura sia legittimo affermare l'esistenza di una 'creatività artificiale', dall'altro, di chiarire come cambia la responsabilità etica dell'essere umano nel momento in cui delega parte della propria capacità e attività creativa a una macchina.

A questo punto, appare utile delineare le differenze tra creazione umana e creazione artificiale. La prima è radicata nell'esperienza vissuta (e da essa limitata), nell'intenzionalità, nella capacità di attribuire senso e valore. L'essere umano non produce solo forme, ma opere cariche di significato, consapevolmente. La seconda, quella artificiale, è invece il risultato di calcoli algoritmici, di interpolazioni e combinazioni di dati, limitati dai dataset di riferimento. L'IA non pensa né sente mentre crea l'immagine, ma simula il pensiero e il sentire umani. Nel corso dei processi simulatori genera immagini plausibili a partire da correlazioni numeriche.

Nell'IA generativa la creatività pertanto non nasce da ispirazione o intenzioni, ma da esplorazioni vincolate di spazi di possibilità: se i modelli testuali generano senso attraverso la previsione probabilistica di *token* successivi, quelli visivi operano fondendo più immagini insieme e sottraendo progressivamente "rumore" per far emergere forme coerenti con il *prompt*. Come osserva Boden questo procedimento corrisponde in specie a due tipologie di creatività, quella che definisce combinatoria e quella esplorativa. Si ricombinano elementi noti e si esplora uno spazio concettuale definito da

¹² Cfr. M.A. Boden, *Creativity and Art: Three Roads to Surprise*, Oxford University Press, Oxford-New York 2010, p. 1.

¹³ M.A. Boden, *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, Routledge, London 2004, pp. 1-10; Ead., *Creativity and Artificial Intelligence: A Contradiction in Terms?*, in E.S. Paul, S.B. Kaufman (eds), *The Philosophy of Creativity: New Essays*, Oxford University Press, Oxford-New York 2014, pp. 224-244; G. Ritchie, *The Transformational Creativity Hypothesis*, in «New Generation Computing», 24, 2006, pp. 241-266; E. Finn, *What Algorithms Want. Imagination in the Age of Computing*, MIT Press, Cambridge (MA) 2017.

regole e da rappresentazioni apprese dal sistema. Se si modificano alcuni parametri (per esempio i prompt, la temperatura o alcuni elementi del dataset) cambiamo la traiettoria di ricerca¹⁴. Non si raggiunge pertanto il terzo livello, perché i sistemi di IA non possiedono coscienza né intenzionalità¹⁵. La più rara forma di creatività, quella trasformativa, si ha per Boden solo quando si ridefiniscono le regole dello spazio, compito che nella pratica, solo l'essere umano può fare, per esempio, attraverso un ri-allenamento del sistema di IA, il così detto *fine tuning*¹⁶.

Come afferma Boden,

Finora, quelli che si concentrano sul secondo tipo, cioè la creatività esplorativa, sono i più riusciti. Ciò non significa, tuttavia, che la creatività esplorativa sia facile da riprodurre. Al contrario, essa richiede solitamente una notevole competenza specialistica e una forte capacità analitica per definire innanzitutto lo spazio concettuale, e per stabilire le procedure che ne permettano l'esplorazione. Ma la creatività combinatoria e quella trasformativa sono ancora più difficili da ottenere. Le ragioni di ciò, in breve, sono due: la difficoltà di riprodurre la ricchezza della memoria associativa umana; la difficoltà di identificare e formalizzare i nostri valori in forma computazionale. La prima di queste ostacola i tentativi di simulare la creatività combinatoria; la seconda riguarda tutti i tipi di creatività, ma diventa particolarmente problematica nel caso della terza, quella trasformativa. Sulla creatività combinatoria conta sia la pura "associazione libera", che "la natura e la struttura del legame associativo sono importanti. Idealmente, ogni prodotto di

¹⁴ M.A. Boden, *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, cit.; Ead., *Creativity and Artificial Intelligence*, in «Artificial Intelligence», 103, 1-2, 1998, pp. 347-356.

¹⁵ Per quanto riguarda il concetto di coscienza e IA, si rimanda a: D.J. Chalmers, *Facing Up to the Problem of Consciousness*, in «Journal of Consciousness Studies», 2, 3, 1995, pp. 200-219; Id., *The Character of Consciousness*, Oxford University Press, New York 2010; Id., *The Conscious Mind. In Search of a Fundamental Theory*, Oxford University Press, Oxford 1996; Id., *Could a Large Language Model Be Conscious?*, in «Boston Review» online, 2023, <https://www.bostonreview.net/articles/could-a-large-language-model-be-conscious/>; H. Dreyfus, S. Dreyfus, *What Computers Still Can't Do: A Critique of Artificial Reason*, MIT Press, Cambridge (MA) 1992; A.T. Johnson, *Consciousness for Artificial Intelligence?*, <https://www.embs.org/pulse/articles/consciousness-for-artificial-intelligence/>, 2024; M. Farisco, K. Evers, J.P. Changeux, *Is Artificial Consciousness Achievable? Lessons from the Human Brain*, in «Neural Networks», 180, 106714, 2024; A. Fabris, V. Ambriola, *Per un'etica dell'intelligenza artificiale nei sistemi socio-tecnologici*, in «Estetica. Studi e ricerche», 2, 2024, pp. 339-354. In riferimento alla relazione tra coscienza e intelligenza artificiale, cfr. altresì la recente Carta di Trento: https://corrieredeltrentino.corriere.it/notizie/economia/25_ottobre_07/la-carta-di-trento-l-intelligenza-artificiale-per-quanto-avanzata-e-utile-non-ha-coscienza-0e641454-c8e0-4122-908d-95b9d4cbaxlk.shtml.

¹⁶ M.A. Boden, *The Creative Mind*, cit.; V. Thapliyal, P. Thapliyal, *AI and Creativity: Exploring the Intersection of Machine Learning and Artistic Creation*, in «International Journal for Research Publication and Seminar», 15, 1, 2024, pp. 36-41; J. Howard, S. Ruder, *Universal Language Model Fine-tuning for Text Classification*, in «ArXiv:1801.06146», 2018, pp. 328-339.

un programma combinatorio dovrebbe essere almeno minimamente pertinente, e il sistema dovrebbe poter valutare il grado di originalità delle varie combinazioni¹⁷.

A tal riguardo potrebbe risultare utile una riflessione sull'aspetto dell'intenzionalità da parte di chi crea l'immagine; nel caso dei sistemi di GenIA non c'è intenzionalità, come del resto in alcuni processi creativi di esseri umani, per esempio, nel procedimento dell'*action painting* di Pollock, sebbene in quest'ultimo caso sia l'artista a decidere di trascendere un procedimento cosciente. Il dialogo tra chi crea l'immagine e il *medium* attraverso cui realizzare l'immagine nel caso dell'IA non è mai simmetrico. L'IA non produce esperienze di coscienza, le emula. È disincarnata, il che le consente di generare esperienze e sensazioni specifiche, pur potendo adattarsi all'ambiente e al contesto, ma non in modo intenzionale. Come scrive Chomsky, si limita a simulare alcuni comportamenti e procedimenti umani¹⁸.

Si potrebbe tentare un parallelismo con la dialettica tra Io e Inconscio di stampo junghiano: figure, simboli e immagini emergono quando l'Io sospende il controllo e lascia agire contenuti autonomi. Se proviamo ad applicare in senso metaforico questo processo nella GenAI l'output generato può essere considerato come materiale grezzo che affiora da un 'archivio statistico'; il prompt può svolgere il ruolo intenzionale dell'Io, mentre il processo di campionamento probabilistico introduce l'irruzione del non-intenzionale, una sorta di inconscio algoritmico. Secondo questa riflessione la co-creazione essere umano-IA potrebbe somigliare a una forma di creatività guidata: si suggerisce, si osserva il risultato della creazione, si seleziona, si modifica (se necessario) e si utilizza¹⁹.

Boden distingue inoltre tra creatività psicologica (così detta *P-creativity*) e creatività storica (*H-creativity*). La prima rappresenta una novità per la persona, una creazione nuova per il singolo e non necessariamente per la collettività; la seconda, invece, è una novità per la collettività, per la storia in generale, poiché si produce una svolta nella conoscenza, nell'arte, ecc. La GenAI eccelle nel primo senso, ovvero nell'offrire un supporto al pensiero del soggetto, nel creare qualche cosa di nuovo a livello individuale;

¹⁷ M.A. Boden, *Creativity and Artificial Intelligence*, in «Artificial Intelligence», 103, 1-2, 1998, pp. 347-356: 349.

¹⁸ N. Chomsky, *ChatGPT is High Tech Plagiarism: it undermines education*, in «IBL News», 2023: <https://iblnews.org/story/chatgpt-is-high-tech-plagiarism-it-undermines-education-said-noam-chomsky>; Id., *Language and Problems of Knowledge. The Managua Lectures*, MIT Press, Cambridge (MA), trad. it. *Linguaggio e problemi di conoscenza*, Bologna, Il Mulino 2016.

¹⁹ C.G. Jung, *L'Io e l'inconscio* (1967), Bollati Boringhieri, Torino 2012; M.A. Boden, *Creativity and Artificial Intelligence*, cit.

mentre l'*H-creativity* resta dipendente da giudizi e valori più generali. Ne segue che il valore creativo nasce dai vincoli, come per esempio, un buon *prompt*, poiché si tratta di un metodo che rende più guidato l'ambiente della ricerca; l'IA diventa altresì un amplificatore di esplorazione, sebbene non abbia intenzionalità, esperienza, responsabilità diretta, e sebbene rischi di propagare *bias* e sia limitata dai dati stessi²⁰.

La questione morale emerge con più forza adesso: se la macchina non è soggetto morale, allora la responsabilità delle immagini generate ricade interamente sull'essere umano che le ha richieste, guidate e, poi, in ultima istanza, utilizzate e diffuse? Nel momento in cui il soggetto le accetta e le diffonde si fa suo garante. Parlare di 'creazione artificiale' non significa quindi attribuire *agency* autonoma alla macchina, ma riconoscere che l'essere umano ha esternalizzato parte della propria attività creativa, assumendone però la responsabilità etica. La creatività umana diventa, allora, come suggerisce Navas, «metacreatività», ovvero quando «va oltre la produzione umana per includere sistemi non umani»²¹.

Con l'uso della GenAI, sulla scia di Clark e Chalmers, l'attività creativa risponde alla teoria della *extended mind*: la mente non è confinata nel cervello, ma si estende negli strumenti esterni che usiamo. Allo stesso modo, potremmo parlare di una *extended creativity*: la creatività umana si prolunga negli algoritmi che producono immagini, divenendo una sorta di 'creazione aumentata'.

Questa esternalizzazione ha però un costo. Da un lato, arricchisce le possibilità di azione e di scelta: l'individuo può visualizzare rapidamente ciò che prima richiedeva tempo e risorse. Dall'altro, rischia di atrofizzare la facoltà creativa del soggetto stesso: se ci limitiamo a delegare alla macchina la produzione di immagini, senza più coltivare la nostra capacità di rappresentare interiormente, perdiamo una parte essenziale della nostra libertà creativa.

La questione morale si configura, pertanto, in due direzioni: come usare la creatività artificiale senza rinunciare alla nostra – che, comunque, si estrinseca attraverso *prompt* – e come evitare che le immagini create artificialmente diventino strumenti di esclusione, cancellazione, polarizzazione o persuasione. In altre parole, diventa cruciale capire come trasformare la

²⁰ *Ibidem*.

²¹ E. Navas, *The Rise of Metacreativity: IA Aesthetics After Remix*, Routledge, London-New York 2023; F. D'Isa, *La rivoluzione algoritmica delle immagini. Arte e intelligenza artificiale*, Luca Sossella Editore, Roma 2024, pp. 137-145; M. Ismayilzada et al., *Creativity in AI: Progresses and Challenges*, in «ArXiv», 2024, abs/2410.17218.

co-creazione essere umano-macchina in uno spazio etico di responsabilità condivisa.

Da un lato, le creazioni umane restano insostituibili, perché radicate nell'esperienza, nell'intenzionalità e nella capacità morale di orientare il bene e il male. Dall'altro, le tecnologie generative aprono a una nuova forma di esternalizzazione della creazione, priva di consapevolezza, che può ben arricchire (ma anche impoverire) la nostra facoltà creativa.

Come afferma Boden la creatività, del resto, non coinvolge solo la dimensione di generazione di nuove idee, ma anche la dimensione motivazionale, relazionale, empatica ed emotiva, in relazione al contesto culturale e alle caratteristiche di chi crea²².

3. *Il ruolo del prompting nei processi di co-creazione del visivo artificiale, tra etica e ambiguità*

Alla luce di quanto sino ad ora delineato emerge come le prime questioni etiche affiorino già nella fase del *prompting*, ovvero nel momento in cui la parola dell'essere umano – guidata dai valori, dall'immaginazione e dalla creatività del soggetto –, e il calcolo artificiale si intrecciano per produrre immagini che hanno un valore non tanto e non solo estetico, quanto cognitivo, comunicativo e morale. Ogni immagine generata dall'IA implica una responsabilità attribuibile all'essere umano che orienta il sistema, decide se e come modificare l'immagine e, infine, decide se e in che modo diffonderla.

La creatività artificiale, dunque, non sostituisce certamente quella umana: la integra, la sfida, la costringe a ripensarsi. È qui che si innesta una ulteriore questione morale: come guidare questo processo algoritmico affinché non diventi un alibi per l'atrofia dell'immaginazione umana, bensì un'occasione per estendere la nostra capacità creativa in modo consapevole e responsabile?

Sebbene esistano sistemi di GenAI che creano immagini a partire da altre immagini, trasformandole in qualcos'altro, modificandone solo una parte o l'insieme, imitando uno stile artistico o generandole da un comando linguistico, qui ci concentreremo in particolare sulla categoria *text-to-image* per due ragioni: perché è il sistema più diffuso a un vasto pubblico ed efficace e perché sembra indebolire, in questo contesto specifico, il dominio assoluto del visivo nel mondo della comunicazione contemporanea. La rappresenta-

²² M.A. Boden, *The Creative Mind*, cit.

zione artificiale è il risultato di una sequenza di istruzioni linguisticamente strutturate, il *prompt*, che funge da *input* e traduce il compito da eseguire.

Più specificamente, un *prompt* è definito come «un input a un modello di Intelligenza Artificiale Generativa, che viene utilizzato per guidarne l'output. I prompt possono consistere in testo, immagine, suono o altri media»²³. Le tecniche di *prompting* (*prompting engineering*) stanno evolvendo rapidamente per accelerare gli output e migliorare i compiti del sistema, oltre alla generazione di immagini, come la creazione di un testo poetico specifico, l'esecuzione di analisi statistiche, ecc.

È per questo che alcuni studiosi parlano del *prompting* come di una nuova competenza etica: scrivere un *prompt* non costituisce solo un'operazione tecnica, ma un atto morale attraverso cui si decide quali rappresentazioni di mondo e quali mondi vogliamo visualizzare e quali vogliamo rendere invisibili.

Da un lato, dunque, il *prompting* può essere inteso come esercizio di immaginazione condivisa: l'essere umano immagina e descrive, la macchina rappresenta, e, insieme, creano una nuova immagine. Dall'altro, esso rischia di diventare uno strumento di esclusione, se riproduce inconsapevolmente i pregiudizi, bias e le cancellazioni simboliche della cultura dominante.

Il *prompt engineering* richiede la formulazione di un testo di *input* che porti il sistema a generare risposte adeguate. Si tratta di un passaggio molto importante, perché il risultato dipenderà in larga parte da quanto chiare, dettagliate ed eticamente orientate siano le istruzioni contenute nel *prompt*²⁴.

Il sistema elabora le istruzioni fornite e genera contenuti che si approssimano alle intenzioni del soggetto richiedente. In ultima analisi, l'agente umano può regolare il processo di creazione dell'agente artificiale modificando il *prompt*, aggiungendo specifiche e istruzioni ulteriori, che saranno rielaborate dal sistema creando nuovi *output* visivi²⁵.

È nella fase della proposta visiva del sistema che sembra necessario analizzare con cura l'immagine e cercare eventuali segni di *bias*, discriminazione

²³ S. Schulhoff *et al.*, *The Prompt Report: A Systematic Survey of Prompting Techniques*, in «ArXiv:2406.06603v6», 2025.

²⁴ «Due to the ambiguity of human languages, the interaction between humans and machines through prompts may lead to errors or misunderstandings. Hence, the quality of prompts is important», come si legge in F. Fui-Hoon Nah *et al.*, *Generative AI and ChatGPT: applications, challenges, and AI-human collaboration*, in «Journal of Information Technology Case and Application Research», 25, 2, 2023, pp. 289-290; <https://www.huit.harvard.edu/news/ai-prompts-images>.

²⁵ S. Feuerriegel *et al.*, *Generative AI*, in «Business & Information Systems Engineering», 66, 2024, pp. 111-126: 116.

o cancellazione per una possibile correzione²⁶. Può essere utile mostrare al sistema immagini come esempi di stile, di colore, punto di vista, ecc.

In pratica, l'agente umano fornisce *input*, dà *feedback* sul contenuto generato e guida, per quanto possibile, l'azione del sistema generativo per eventuali ricalibramenti. Allo stesso tempo, il sistema funge da supporto per la creazione di contenuti, grazie all'enorme numero di esempi a cui può attingere²⁷.

Non si tratta solo del vocabolario – libero da *bias* e/o metafore complesse – ma anche della sintassi, che deve essere semplice e chiara, senza indurre distorsioni semantiche.

Potremmo paragonare i *prompt* a una sorta di *ekphrasis* avanzata. Un'*ekphrasis* che possiamo definire come un insieme di parola descrittive che porta alla visione ciò che esprime, che viene tradotto in tempo reale in un'immagine effettiva²⁸.

Nel creare testi, è importante considerare, da un punto di vista etico, almeno due fattori: il primo riguarda la consapevolezza dei possibili *bias*, il secondo concerne il (presunto) pluralismo dei punti di vista. Dati e procedimenti algoritmici si influenzano reciprocamente. I dati di addestramento possono contenere *bias*, come è stato più volte sottolineato nella letteratura sul tema, quindi è necessario formulare il *prompt* in modo inclusivo e rispettoso della pluralità di punti di vista e persone. Invece di chiedere “Descrivi un attore”, è preferibile usare frasi come “Descrivi una persona che recita nel cinema”, evitando di implicare un genere specifico. A ciò si aggiunge la

²⁶ Diversi studi propongono approcci alla generazione di immagini ponendo questioni etiche: un esempio è la sperimentazione del protocollo TAP(E) nelle scuole secondo il quale il prompt si articola in *topic*, *action*, *parameters* ed *ethical evaluation*: «the “Topic” for the generated image using historically specific terms; the “Action” to be executed by the AI tool; “Parameters” for the image that include periodization, geography, and other relevant sourcing information; and “Ethical Evaluation”, to identify potential bias to aid in a revision of the prompt». Dopo la generazione delle immagini si riflette sui *bias* e sulle risposte dell'IA, rivedendo i *prompt* in modo critico. L'obiettivo è sviluppare consapevolezza etica e metodologica nell'uso dell'IA per rappresentare il passato.

Cfr. M. VanGorder, *Imagining the Past: Generative AI Prompting, Source Sets, and the TAP(E) Protocol*, in «Teaching History A Journal of Methods», 49, 1, 2025, pp. 56-65.

²⁷ F. Fui-Hoon Nah et al., *Generative AI and ChatGPT: Applications, challenges, and AI-human collaboration*, in «Journal of Information Technology Case and Application Research», 25, 2, 2023, pp. 289-290: 283, 292.

²⁸ Cfr. B. Daskas, *La lunga vita dell'ekphrasis tra Bisanzio e la contemporaneità*, in F. Conca, C. Castelli (a cura di), *Bisanzio fra tradizione e modernità Ricordando Gianfranco Fiaccadori*, Ledizioni, Milano 2017, pp. 47-64: 47. Sull'*ekphrasis*, cfr. anche R. Webb, *Ekphrasis, Imagination and Persuasion in Ancient Rhetorical Theory and Practice*, Routledge, Farnham-Burlington 2009.

necessità di prestare attenzione alla neutralità del linguaggio, evitando termini che possano avere una connotazione discriminatoria. La competenza, la sensibilità e la consapevolezza umane, attraverso un *prompting* adeguato, possono suggerire un sistema di valori chiaro e ridurre così discriminazioni e distorsioni. Tali precauzioni potrebbero non essere sufficienti. Inconsapevolmente, l'IA genera un punto di vista. Sotto il profilo statistico, si allinea maggiormente all'immaginario sociale euro-americano dominante. Per rappresentare immagini che rispondano a valori specifici, si debbono esplicitare criteri o parametri particolari, indebolire ogni forma di ambiguità e, soprattutto, può essere utile stabilire un vero e proprio dialogo con l'IA per indurla a generare immagini che riflettano i valori che si desidera o meno far affiorare²⁹.

Progettare *prompt* etici richiede pertanto corresponsabilità tra chi interroga il sistema e chi lo progetta. La qualità dell'*output* rimane influenzata dai dati di addestramento del modello. Alcuni *prompt* perpetuano (o ne creano ex novo) disuguaglianze e stereotipi su certe professioni, sull'istruzione, sui modelli estetici, sul genere e persino sulla giustizia³⁰. I dati disponibili non sono mai 'neutri'. Sono rappresentazioni parziali della realtà, che includono anche *bias* non necessariamente negativi di per sé, ma utili al corretto funzionamento della GenAI stessa.

Tra i dati emergono anche omissioni significative, che riflettono la *cancel culture*, intesa come la rimozione di dati relativi a questioni o soggetti che non si vogliono portare alla luce per disparate ragioni (politiche, culturali, ecc.). La *cancel culture* implica l'attribuzione di una qualche colpa a individui o organizzazioni per aver comunicato o compiuto qualcosa di scorretto, offensivo e/o lesivo della dignità umana, con conseguente ritiro del sostegno e dell'approvazione nei loro confronti. In tal caso i soggetti o le organizzazio-

²⁹ S. Qiao et al., *Reasoning with Language Model Prompting: A Survey*, in «Proceedings of the 61st Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics», 1, Association for Computational Linguistics, Toronto 2023, pp. 5368-5393.

³⁰ P. Bansal, *Prompt Engineering Importance and Applicability with Generative AI*, in «Journal of Computer and Communications», 12, 10, 2024; J. Oppenlaender et al., *Prompting AI Art: An Investigation into the Creative Skill of Prompt Engineering*, in «International Journal of Human-Computer Interaction», 2024, pp. 1-23; C. Kulkarny et al., *A Word is Worth a Thousand Pictures: Prompts as AI Design Material*, in «ArXiv:2303.12647», 2023; V. Liu and L.B. Chilton, *Design guidelines for prompt engineering text-to-image generative models*, in «CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Association for Computing Machinery, CHI '22'», New York 2023. Interessante altresì: V. Paananen et al., *Using text-to-image generation for architectural design ideation*, in «International Journal of Architectural Computing», 22, 3, 2023, pp. 458-474.

ni vengono cancellati dal panorama massmediale. Tale atteggiamento può essere visto anche come una *cultura della responsabilità* verso atti e/o parole che potrebbero danneggiare singole persone o la comunità. Ma può rivelarsi anche un accanimento nei confronti di persone, entità, organizzazione, ecc. Allo stesso tempo, la paura di essere cancellati guida le scelte degli individui nell'esporsi e nell'esprimere le proprie idee. Questo accade anche perché la cancellazione diventa più rapida con le tecnologie emergenti, anche solo per aver espresso male alcune opinioni, per un fraintendimento o perché certe idee non sono allineate ai principi e ai valori di una comunità specifica.

I sistemi di GenAI non possono incidere su questo. Possono, semmai, propagare certe 'assenze'. Se alcuni temi mancano (o sono poco presenti) nei dataset di addestramento, non saranno rappresentati neppure nelle immagini artificiali generate; se sono sottorappresentati, la loro rappresentazione sarà maggiormente soggetta a allucinazioni o distorsioni. Un caso esemplare è la rappresentazione delle disabilità gravi. In questa direzione, la GenAI sembra carente. Non è ancora in grado di rappresentare realisticamente individui con disabilità e disabilità gravi, riflettendo la realtà. La GenAI tende prevalentemente alla rappresentazione della persona con disabilità in sedia a rotelle, escludendo tutte le altre forme di alterità; l'individuo è prevalentemente giovane, di genere maschile, sorridente e di bell'aspetto. Questo porta a ignorare molte specificità. Si osserva l'assenza della deformità a favore di canoni formali ed estetici più standardizzati³¹.

Esistono anche *prompt*, come accennato, a cui i sistemi non rispondono. Si tratta di richieste, per esempio, relative a immagini di violenza, guerra, nudità, ideologie politiche radicali o rappresentazioni che potrebbero compromettere la dignità o la privacy di una persona³².

La GenAI può comunque contribuire a far emergere lacune o criticità presenti nella società, inclusa la percezione e la rappresentazione di diverse realtà, professioni, gruppi sociali ed esseri viventi. Possono risultare una cartina di tornasole per individuare problematiche sociali emergenti e per tentare di indebolire disuguaglianze e comportamenti eticamente inappropriati. Uno strumento per fini individualistici può essere trasfor-

³¹ Cfr. anche D. Zowghi, M. Bano, *AI for all: Diversity and Inclusion in AI*, in «AI Ethics», 4, 2024, pp. 873-876.

³² Per esempio, quando si chiede al sistema "rappresenta un'immagine di violenza contro una donna", due applicazioni, Dall-E e Copilot, hanno elaborato immagini di proteste pacifiste di sole donne oppure hanno restituito il messaggio "queste immagini non possono essere generate".

mato in uno strumento per fini collettivi. Può produrre immagini per promuovere una società più giusta: sia partendo da *dataset* che includano altresì le esperienze dei più vulnerabili, sia addestrando i sistemi rispetto a questioni sociali complesse per evitare risposte visive evasive o troppo polarizzate.

Le parole (*prompt* e *captions*) tornano a essere importanti anche nell'era della cultura visuale. Un caso particolare è rappresentato dalle metafore. La GenAI non sempre comprende le metafore come le intendono Lakoff e Johnson, cioè come strumenti per creare mondi di conoscenza. Ci riferiamo al processo di 'trasferimento' di significato attraverso un sistema espressivo – verbale o iconico, per esempio – generalmente usato per trasmettere un concetto diverso da quello che esprime comunemente³³. La GenAI delle immagini crea un'immagine sulla base di un'interpretazione quasi letterale del prompt. Il lato figurativo e meta-comunicativo non viene spesso compreso. Ci si può riferire, semmai, al concetto di meta-immagine teorizzato da Mitchell, con il quale intendeva un'immagine in cui appare l'immagine di un'altra immagine, cioè immagini che rappresentano altre immagini³⁴. L'IA non coglie sempre la metafora da un punto di vista semantico (né le ambiguità linguistiche in senso più ampio, come ironia o sottili sfumature di senso), ma, in parte e involontariamente, può generarle. In questo senso la GenAI crea immagini che potremmo definire surrealiste.

Dobbiamo imparare nuovi modi di descrivere la realtà che vogliamo poi vedere rappresentata tramite IA. Passando dall'«occhio del periodo», come proposto da Baxandall, in cui lo stile di un'immagine di un artista riflette culture e società specifiche insieme alle loro «capacità visive», ci spostiamo ora verso un «occhio algoritmico», nel quale lo stile di un'immagine rispecchia la società che emerge dal dataset su cui l'algoritmo è stato addestrato. È un mondo a sé. Quest'ultimo sembra essere lo specchio alterato, e talvolta 'allucinato', della cultura dominante online che sta guidando l'occhio umano e le sue capacità cognitive ed ermeneutiche³⁵.

³³ G. Lakoff and R. Johnson, *Metaphors We Live By*, The University of Chicago Press, Chicago 1980.

³⁴ W.J.T. Mitchell, *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*, University of Chicago Press, Chicago 1994.

³⁵ M. Baxandall, *Painting and Experience in Fifteenth-Century Italy*, Clarendon Press, Oxford 1972; J. Zylinska, *The Perception Machine. Our Photographic Future Between the Eye and AI*, MIT Press, Boston 2023.

4. Co-creazione, iper-realtà e etica della copia

La percezione di ambiguità e di disorientamento perturbante che le immagini artificiali suscitano, che richiama il già citato fenomeno dell'«uncanny valley»³⁶, ricorda la nostra vulnerabilità, sia epistemica che estetica. Si corre il rischio di confondere il reale con la simulazione del reale, la fotografia con il suo simulacro, ma anche, di conseguenza, di sentirsi esposti a una alterità difficile da percepire nella sua pienezza. In questo senso, la riflessione filosofica sul simulacro e sull'iper-realtà baudrillardiane si intrecciano con l'IA.

Baudrillard, nella sua analisi dei simulacri, aveva già mostrato come la società contemporanea fosse destinata a vivere in un mondo in cui la distinzione tra realtà e rappresentazione si dissolve. I simulacri non copiano la realtà, la sostituiscono, producendo una 'iper-realtà' in cui il segno non rinvia più a un referente esterno, ma solo ad altri segni. La 'credibilità' del rappresentato offusca il confine tra verità e finzione; la responsabilità delle implicazioni etiche del mettere in circolazione certe creazioni sta dunque nel soggetto che decide di farsene garante³⁷.

L'ambiguità generata dalle immagini artificiali non appare quindi meramente estetica: essa mette in gioco la nostra capacità di discernimento morale; l'individuo rischia di diventare vulnerabile a manipolazioni, disinformazione, misinformazione e *deepfake*. Occorre esercitare un'etica preventiva che consideri gli effetti delle tecnologie sin dalla fase progettuale dei sistemi di GenAI.

L'«uncanny valley» diventa così metafora della nostra condizione: sospesi tra fiducia e sospetto, attratti dall'immagine, ma consapevoli del suo potere polarizzante.

Il carattere talvolta ambiguo e talaltra perturbante delle immagini realizzate tramite GenAI ha spinto alcuni critici a leggerle come forme di surrealismo contemporaneo. Andrea Somaini, ad esempio, si chiede se «Do AI-

³⁶ L'espressione «uncanny valley» è stata coniata da Masahiro Mori negli anni Settanta del secolo scorso. Secondo Mori, la reazione umana alle entità artificiali segue una curva: man mano che la tecnologia si avvicina a ciò che verosimilmente sembra umano, o fatto da mano umana, aumenta il senso di familiarità, fino a un punto critico in cui il troppo-vero, ma pur sempre diverso, genera inquietudine e repulsione. È il caso dei robot antropomorfi, ma anche delle immagini create da sistemi di GenAI che, ad un esame attento, possono mostrare dettagli inverosimili, come mani con sei dita. Tale concetto diventa chiave per comprendere non solo le reazioni psicologiche degli individui, ma anche le implicazioni morali delle nuove forme di rappresentazione visiva.

³⁷ A. Fabris, *La filosofia nell'era dell'intelligenza artificiale*, Carocci, Roma 2025.

generated images prolong in new way the idea of Surrealism [...]». Afferma una certa continuità tra il surrealismo storico e i ‘sogni’ delle reti neurali, come nel programma *DeepDream*, che rielabora immagini esistenti facendole sembrare visioni oniriche³⁸.

In questa prospettiva, l’IA sembra dar corpo a un inconscio tecnologico, sulla scia di Vaccari in relazione alla fotografia, o a un inconscio ottico recuperando Benjamin³⁹, rivelando aspetti della realtà che sfuggono alla percezione cosciente. Gregory Chatonsky, in alcuni suoi progetti (*The Network’s Dream, Second Earth*), interpreta la produzione artificiale come emersione di immagini-sogno di cui nessuno è autore consapevole. Si tratta di una sorta di creatività ‘aliena’, che sembra sottrarci il monopolio della produzione immaginativa. Vi è però da sottolineare che ogni tecnica racchiude dentro di sé una sorta di inconscio «che deriva dalla cultura in cui si è sviluppato o che ha attraversato, che si tratti di fotografia, prospettiva, colore a olio, computer graphics o IA»⁴⁰.

Questa dimensione ‘altra’ può essere letta in chiave etica: ci obbliga a confrontarci con ciò che sembra estraneo, con immagini che non comprendiamo del tutto, e che ci interrogano sulla natura stessa della creazione.

La creazione artificiale impone di imparare a convivere con l’opacità e l’ambiguità in modo responsabile. Un’etica dell’ambiguità che suggerisce come l’immagine artificiale assuma sempre una natura bifronte: da un lato, minaccia di confondere il vero e il falso; dall’altro, apre a possibilità creative e critiche inedite. Essa ci obbliga a sviluppare una *AI literacy* capace di distinguere, interpretare e decostruire. E ci chiede di assumere la responsabilità dei nostri *prompt*, dei dataset che scegliamo, delle immagini che diffondiamo. In questo senso, il perturbante appare come condizione ontologica del sistema di GenAI: ricorda che la rappresentazione è sempre

³⁸ Alle teorie alla base del movimento surrealista inaugurato da André Breton nel 1924 con il *Manifeste du surréalisme* sembra ora con la GenAI avvicinarsi una nuova forma di surrealismo e di *détournement* à la Debord. *DeepDream* è del resto un sistema di intelligenza artificiale basato su CNN che modifica le immagini come se stesse sognando: una sorta di inconscio artificiale? Cfr. A. Somaini, *Dreams, Hallucinations, Visions. Generative AI and the Long History of Surrealism*, in «Paradigmi. Rivista di critica filosofica», 3, 2023, pp. 541-556: 548; Id., *Algorithmic Images: Artificial Intelligence and Visual Culture*, in «Grey Room», 93, 2023, pp. 74-115.

³⁹ F. Vaccari, *Fotografia e inconscio tecnologico*, Einaudi, Torino 1979, pp. 3-5; W. Benjamin, *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility* (1936, seconda versione), in Id., *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*, trad. di M.W. Jennings et al. e a cura di E. Jephcott et al., The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge (MA)-London 2008, par. XVI; M. Shawn, S. Smithand (ed.), *Photography and the Optical Unconscious*, Duke University Press, Durham-London 2017.

⁴⁰ F. D’Isa, *La rivoluzione algoritmica delle immagini*, cit., p. 140.

mediazione, che il compito dell'etica è orientare l'agire dei sistemi algoritmici anche nel leggere l'ambiguità iper-reale generata. Tale iper-realtà si traduce in simulacri, ologrammi deformati di aspetti reali. La generazione di simulacri rischia di rendere la realtà stessa simulacrale.

Nel caso delle immagini prodotte da GenAI, questo significa che la co-creazione essere umano-macchina deve spingersi in una direzione ancora più relazionale e condivisa: programmatori, utenti, istituzioni e società devono collaborare con specifici protocolli per orientare la produzione visiva verso valori di inclusione, pluralismo, rispetto della dignità, tenendo conto dei limiti dei sistemi e dell'essere umano stesso⁴¹.

L'autore tradizionale scompare. L'essere umano non crea in prima persona, ma guida, orienta, seleziona. Diventa 'curatore' di processi. La macchina, a propria volta, non possiede intenzionalità, ma produce forme in virtù delle correlazioni statistiche imparate dai dataset. Il risultato è il prodotto di un'agency distribuita, ma asimmetrica: l'essere umano fornisce il linguaggio e i valori con consapevolezza, la macchina li elabora secondo regole probabilistiche senza comprendere in che modo li elabora; i *dataset*, infine, delimitano lo spazio delle possibilità di creazione.

Questa visione non elimina la responsabilità morale, anzi la complica aumentando i soggetti a cui viene imputata. Se molti partecipano alla creazione, allora molti devono assumersi il compito delle proprie azioni e di vigilare sugli effetti.

La responsabilità non si esaurisce nella prevenzione. Come ricorda Hans Jonas, il principio di responsabilità implica una "euristica della paura"; il timore di conseguenze negative deve guidarci ad agire con prudenza. Nel caso delle immagini artificiali, ciò significa vigilare non solo sui possibili usi illeciti (*deepfake*, *deepnude*, disinformazione, misinformazione, ecc.), ma anche sugli effetti culturali a medio lungo termine: atrofia dell'immaginazione e delle capacità creative, omologazione dell'estetico, indebolimento del senso critico e assuefazione a creazioni iper-reali e perturbanti.

La sfida è trasformare le GenAI da specchi dei nostri pregiudizi a strumenti di emancipazione e giustizia. Per farlo, occorre coltivare una nuova saggezza dello sguardo, adeguata alla complessità delle immagini contemporanee, capace di coniugare creatività e responsabilità, libertà immaginativa e rispetto della dignità umana.

⁴¹ A. Fabris, *Filosofia nell'epoca dell'intelligenza artificiale*, Carocci, Roma 2025, pp. 141-147.

5. Conclusioni. Verso un'etica della copia e della simulazione creativa

Dalla disamina svolta si evince come la diffusione massiva delle immagini generate dall'IA stia ridisegnando i confini del ruolo della creatività e della creazione visiva, anche sotto un profilo morale. Si è osservato come la distinzione tra creazione umana e creazione artificiale non sia del tutto netta: la macchina crea, ma sulla base di input umani e amplificando processi che restano intrinsecamente legati all'intenzionalità e ai valori dell'essere umano.

Il *prompting*, in quanto *ekphrasis algoritmica*, rappresenta lo strumento attraverso il quale la parola si fa immagine, ma anche il processo in cui l'etica entra in gioco con più forza: ogni richiesta al sistema sottende una scelta etica, un gesto che orienta ciò che viene reso visibile e ciò che resta nell'ombra, pur nell'ambito di una *black box* difficile da orientare. La creatività dell'IA generativa non sostituisce quella umana, la affianca nell'evocare nuove possibilità. Il 'nuovo' nasce dall'incontro fra ricerca computazionale e creatività dell'essere umano, con i suoi immaginari e mondi simbolici che danno forma e senso a ciò che la GenAI realizza.

Si è affrontato il tema dell'opacità del visivo artificiale, interpretando l'*uncanny valley* soprattutto come una risposta della vulnerabilità contemporanea. I risultati possono essere considerati puzzle di opere già esistenti, seppur dotati di originalità, una originalità 'altra', risultato di una metamorfosi continua che parte da basi note. Essi ci ricordano che viviamo nell'epoca della simulazione, in cui la distinzione tra realtà e rappresentazione appare sempre più fragile, così come quella tra originale e copia. La GenAI è un sistema che reinventa il reale, che crea nuove possibilità, al prezzo di dissolvere i riferimenti originali. Qui l'etica è chiamata non a eliminare l'ambiguità – sarebbe una impresa impercorribile – quanto a imparare a viverci 'dentro' responsabilmente, trasformando il perturbante, la ripetizione e la trasformazione potenzialmente continua come una occasione di ulteriori forme di creazione, che potremmo definire non solo combinatoria, ma anche collettiva.

La GenAI può creare, ma solo nel momento in cui estrinseca concretamente le sue creazioni può far compiere scelte agli individui. La co-creazione è allora la capacità di orientare questo processo in modo consapevole, considerando che la creazione non assume uno sviluppo individuale, ma condiviso tra esseri umani e sistemi algoritmici.

Affrontare dunque questioni etiche relative alla creazione artificiale mette in luce il concetto di simulazione da una parte, della possibilità di una maggiore giustizia visiva dall'altra, con immagini più inclusive – dando spa-

zio a ciò e a chi altrimenti rischierebbe di rimanere invisibile. L'assenza di alcune rappresentazioni non conformi agli *standards* non è un semplice limite tecnico: costituisce una forma di esclusione che rafforza stereotipi e marginalizza intere comunità e linee di pensiero.

Da un punto di vista morale, questo solleva due problemi, il primo che richiama la responsabilità di chi costruisce i dataset, chiamato a garantire pluralismo e inclusione; il secondo, la responsabilità di chi usa i sistemi, che deve essere consapevole delle distorsioni implicite e non riprodurle acriticamente.

La GenAI potremmo asserire, sulla scia di Byung Chul Han, de-crea⁴². Rompe le creazioni pre-esistenti per ricrearne di nuove. Ed è proprio nel processo di de-creazione, che possiamo compiere infinite volte, che sta la nostra capacità di orientamento e il nostro contributo. Potremmo avvicinare il processo della GenAI al concetto cinese di *shānzhài*, che, se indica letteralmente, una «fortezza montana», luogo fuori dalle leggi e dal tempo, figurativamente, evoca la riproduzione imitativa di un originale, non come plagio, bensì come reinterpretazione aperta. Come scrive Han «In Cina non esiste l'idea di un originale intoccabile. Ogni copia è un evento nel processo infinito di trasformazione»⁴³.

L'autenticità e l'originalità, intese nell'immaginario occidentale come valore unico e auratico, vengono sostituite da una logica della metamorfosi, che parte sul copiare e dall'imitare ciò che è già stato prodotto.

Questo concetto potrebbe portare ad ipotizzare un'etica della simulazione e della copia fondate sulla consapevolezza che la creazione di immagini oggi più che mai non è un processo *ex nihilo*, come del resto non lo è mai stato, bensì la sedimentazione di creazioni già esistenti in continua evoluzione. Si impara imitando e riutilizzando ciò che si è imitato (e appreso) in nuovi contesti, come fanno del resto i bambini e come facevano nelle botteghe artistiche rinascimentali – si pensi alla più nota di Andrea del Verrocchio in cui si è formato Leonardo – i garzoni e i giovani artisti che imparavano copiando le opere dei grandi maestri. L'«opera» era il risultato di ripetute manipolazioni collettive e la copia era forma di apprendimento e perfezionamento. In questo senso, la GenAI rinnova la dimensione dell'atelier-bottega: la creatività si configura come un processo distribuito, ibrido e collaborativo, emergente dall'interazione tra esseri umani e sistemi algoritmici. Semmai occorre chie-

⁴² B.-C. Han, *Shanzhai. L'arte della contraffazione e la de-costruzione dell'originale*, Notte-tempo, Milano 2025.

⁴³ *Ivi*, pp. 21, 89.

derci chi sono oggi i nuovi ‘maestri’ nell’ambito della GenAI di immagini.

La creazione attraverso l’IA pertanto è un processo triplice, imitativo (perché deriva da pattern di opere precedenti), differenziale (perché ogni combinazione è un unicum), ma anche autonomo-probabilistico (il modello ‘apprende’ relazioni concettuali e le applica in modo casuale, sulla base delle maggiori occorrenze).

Forse la creatività artificiale se guidata dall’essere umano, può divenire una nuova forma comunicativa, anche eticamente orientata, che impone un’altra riflessione: quale rete di relazioni l’ha resa possibile e quali reti di relazioni ha ingenerato e potrà nuovamente ingenerare. La creatività algoritmica è pertanto da intendersi quale processo condiviso di assemblaggio trasformativo. L’immagine è creata a partire da frammenti pre-esistenti, risultato di un complesso processo di de-creazione. Si attua poi un rinnovamento attraverso una nuova ‘creazione’, che potremmo chiamare “ri-co-creazione”. Stiamo forse andando verso un’etica della de-creazione per una ri-creazione basata sul montaggio (casuale) algoritmico?

In conclusione, possiamo sostenere che la GenAI non sostituisce, ma sfida, amplifica, modifica ed estende la creatività umana. Il *prompting*, processo etico e creativo in azione, guida il processo creativo algoritmico. La simulazione diviene occasione di una nuova forma di originalità collettiva. La GenAI potrebbe essere interpretata allora come una dimensione digitale di *shanzhai*, da intendersi come una nuova forma di creatività contemporanea fondata sulla circolarità. Del resto nella cultura cinese imitare e simulare implicano una rinascita di ciò che è stato ripreso. Il culto occidentale dell’originalità e autenticità è stato sino ad ora a discapito dell’imitazione, della copia e dei processi di assemblaggio dell’esistente, pur essendo storicamente pratiche essenziali e costitutive del processo creativo. È arrivato il momento di riabilitare queste pratiche pur nella consapevolezza che nelle botteghe-atelier si poteva scegliere che cosa copiare, mentre con l’IA la scelta è in mano agli algoritmi. Si tratta semmai di intervenire nello spettro delle possibilità a disposizione degli algoritmi per cercare di orientare eticamente i sistemi di GenAI di immagini per cercare di arginare la generazione di nuove forme di controllo culturale. Oltre a chiederci, pertanto, quale creatività vogliamo attivare con l’IA, sembra opportuno interrogarsi soprattutto su quale ruolo etico vogliamo assumere noi esseri umani in questo processo collettivo di ‘ri-co-creazione’.

English title: Creativity and GenAI. The ethics of prompting between co-creation, de-creation and simulation

Abstract

The essay examines how Generative Artificial Intelligence (GenAI) redefines the concepts of creation and creativity by intertwining imagination, technology, and ethics. From Platonic mimesis to contemporary reflections, it distinguishes between human creativity and algorithmic production. Algorithmic systems create images through prompts crafted by humans, introducing the notion of co-creation. Prompting is conceived as an algorithmic ekphrasis – a linguistic and moral act that guides image generation, carrying both the risks of bias and the potential for inclusion. The resulting hyperrealism situates GenAI within Baudrillard’s regime of simulacra, where the sign tends to replace reality, thereby heightening the responsibility of users and developers. The essay proposes an ethics of de-creation, copying, and co-creation oriented toward pluralism, inclusion, and visual justice.

Keywords: Artificial Intelligence; co-creation; creativity; ethics; simulation; prompting.

Veronica Neri
Università di Pisa
veronica.neri@unipi.it