NOVIEMBRE 2026

VOL. 3



artificial Inteligencia

creatividad y nuevas oportunidades para el sector cultural

www.tojuntosoluciones.com

VOLUMEN 3

¿Puede una máquina ser creativa?

Inteligencia artificial, imaginación y los límites de la creatividad humana



Grégory Chatonsky
La máquina de soñar , 2014-2019
Instalación

Utilizando una aplicación de inteligencia artificial conocida por los expertos como red neuronal recursiva, Chatonsky escanea continuamente los 20.000 sueños de personas comunes recopilados previamente por los investigadores de la Universidad de California, Adam Schneider y G. William Domhoff.

Aprendiendo de esos sueños, la máquina crea otros nuevos que una voz sintética comparte con nosotros. Mientras tanto, otra tecnología, llamada red generativa antagónica, crea los «escenarios» de los sueños hablados mediante la generación de imágenes a través de la hibridación, mezclando paisajes y arquitectura, así como naturaleza y tecnología.

La pregunta equivocada

La expansión de la inteligencia artificial generativa ha reabierto una de las cuestiones más antiguas de la filosofía del arte: ¿qué significa crear?

Hasta hace poco, producir una imagen técnicamente sofisticada, componer una pieza musical o escribir un relato requería conocimientos especializados, práctica y tiempo. Las herramientas generativas han alterado esta relación. Hoy, una persona sin formación artística puede producir en minutos imágenes visualmente complejas, composiciones musicales o textos con apariencia profesional.

Este cambio ha provocado dos reacciones opuestas: por un lado, quienes consideran que la IA democratiza la creación y amplía las posibilidades expresivas; por otro, quienes sostienen que generar contenidos a partir de modelos entrenados con obras ajenas no equivale a crear y amenaza tanto los derechos de los artistas como el valor social de su trabajo.

Ambas posiciones contienen argumentos relevantes, pero parten a menudo de una confusión: equiparar la capacidad de producir un resultado con la capacidad de crear una obra de arte en sentido pleno.

Distingamos cuatro dimensiones:

1. **Producción**: generar un objeto, una imagen, un texto o una composición.
2. **Novedad**: obtener un resultado que no sea una copia exacta de algo anterior.
3. **Creatividad**: desarrollar combinaciones, ideas o soluciones originales y valiosas dentro de un contexto.
4. **Creación artística**: producir una obra que adquiere significado estético, simbólico, social o cultural dentro de un marco determinado.

Estas dimensiones se relacionan, pero no son equivalentes. Una máquina puede producir algo novedoso sin que exista una intención artística propia. Una persona puede realizar una obra conceptualmente importante con una ejecución técnicamente sencilla. Y una imagen visualmente espectacular puede carecer de originalidad conceptual.

Por tanto, la pregunta productiva no es únicamente si una máquina puede ser creativa. Es también qué clase de creatividad estamos midiendo, qué parte del proceso realiza el sistema y qué papel desempeñan las personas en la producción de significado.

¿Qué dice la investigación sobre la creatividad?

En psicología, la creatividad suele estudiarse a través de dos criterios fundamentales: la originalidad y la utilidad, entendida esta última como adecuación, pertinencia o valor dentro de un contexto. En las artes, la noción de utilidad puede resultar demasiado limitada; por eso, también importan la fuerza expresiva, la relevancia cultural, la capacidad de cuestionar convenciones y la recepción de la obra.

La investigadora Margaret A. Boden, una de las referencias fundamentales en el estudio de la creatividad humana y computacional, distingue tres formas de creatividad:

Creatividad combinatoria

Consiste en unir ideas, conceptos o elementos conocidos de una forma inesperada. La combinación de referentes arquitectónicos, tradiciones visuales y materiales diversos puede generar una propuesta novedosa.



Creatividad exploratoria

Consiste en investigar las posibilidades de un sistema de reglas o un lenguaje existente. Un artista puede explorar variaciones de composición, color o forma dentro de una tradición pictórica.



Creatividad transformacional

Consiste en modificar las reglas del propio sistema, abriendo posibilidades que antes no estaban contempladas. Es el tipo de creatividad asociado a cambios profundos en los lenguajes artísticos.



Esta clasificación, desarrollada por Boden en ***The Creative Mind*** (1990; edición revisada en 2004), permite analizar las capacidades de los sistemas generativos sin caer en respuestas absolutas. Los modelos actuales son especialmente eficaces explorando espacios de posibilidades y combinando patrones aprendidos. También pueden producir resultados que parecen romper convenciones.

Sin embargo, determinar si esa ruptura constituye una transformación creativa genuina requiere evaluar no solo el resultado, sino también el contexto, el proceso y sus consecuencias. Un sistema puede generar una combinación inesperada, pero la novedad estadística no garantiza relevancia artística, del mismo modo que una combinación inusual de colores no convierte automáticamente una imagen en una obra significativa.

¿Es necesario tener intención para ser creativo?

Esta es una de las cuestiones filosóficas más difíciles del debate. Imaginemos dos imágenes visualmente idénticas. La primera ha sido pintada por una artista que quiere representar la experiencia de la migración y la pérdida de identidad. La segunda ha sido generada por un sistema de IA a partir de una instrucción breve.

¿Son ambas obras de arte? ¿Tienen el mismo valor? ¿Debemos valorarlas de la misma manera? No existe una respuesta universal, porque depende de qué entendamos por obra de arte y de qué criterios utilicemos para evaluarla. Podemos distinguir tres perspectivas:

1. **La perspectiva centrada en el resultado.** Si una imagen posee interés estético, originalidad y capacidad para conmover, podría considerarse artísticamente valiosa independientemente de cómo se haya producido.

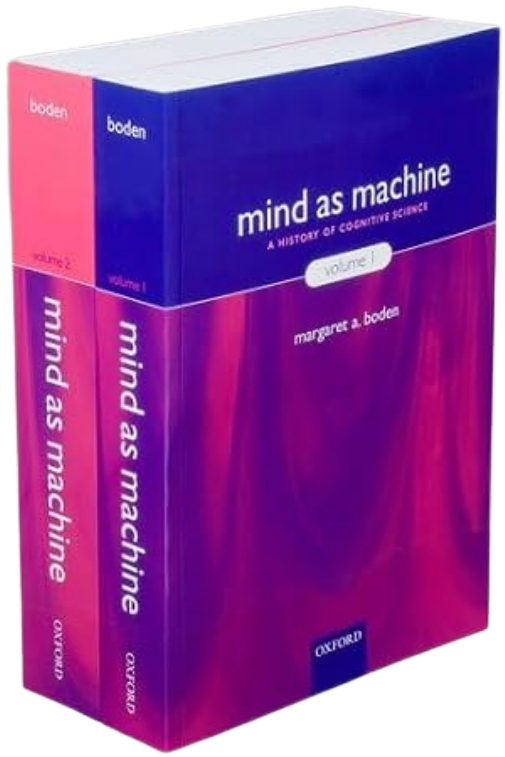
2. **La perspectiva centrada en el proceso.** La intención, las decisiones, el conocimiento y el trabajo del artista forman parte del significado de la obra. Desde esta posición, conocer cómo se ha creado una pieza resulta fundamental para interpretarla.

3. **La perspectiva contextual**. Una obra no existe únicamente como objeto visual. Su significado depende también de quién la presenta, dónde se expone, qué discursos la acompañan y cómo es recibida por el público.

Estas perspectivas no son necesariamente incompatibles. Una obra generada mediante IA puede poseer interés estético y, al mismo tiempo, plantear preguntas sobre la autoría o el proceso de producción. **La distinción importante es que la calidad visual no resuelve por sí sola las cuestiones de intención, autoría y significado.**

El argumento de Margaret Boden

En su análisis de la creatividad computacional, Boden señala que es posible modelar procesos capaces de producir resultados creativos, pero que determinar si un sistema es verdaderamente creativo plantea preguntas filosóficas sobre la autonomía, la intencionalidad, la valoración y la conciencia. No considera que exista una respuesta definitiva y sencilla a este problema.



Esto permite evitar dos errores frecuentes: afirmar que una máquina jamás podrá producir algo creativo porque no es humana, o concluir que cualquier resultado novedoso generado por una máquina demuestra que esta posee creatividad equivalente a la humana.

La cuestión continúa abierta, en parte porque tampoco existe un consenso filosófico absoluto sobre qué condiciones son necesarias para considerar creativo a un agente.

La creatividad humana tampoco surge de la nada

Una de las objeciones habituales a la IA generativa es que sus resultados se basan en obras anteriores. El sistema aprende de un conjunto de ejemplos y produce nuevas combinaciones de patrones. La crítica plantea una cuestión legítima: ¿hasta qué punto puede considerarse original una creación que depende de un patrimonio visual, literario o musical preexistente?

Sin embargo, conviene examinar una premisa implícita en esa objeción: la idea de que la creatividad humana surge de forma independiente de las creaciones anteriores. Ningún artista trabaja en el vacío.

Las tradiciones artísticas se construyen mediante el aprendizaje, la imitación, la reinterpretación, la ruptura y el diálogo con otros creadores. El Renacimiento recuperó referentes de la Antigüedad clásica. Las vanguardias reinterpretaron tradiciones anteriores y lenguajes procedentes de otras culturas. El collage y el fotomontaje convirtieron materiales preexistentes en nuevas composiciones. La originalidad artística no exige necesariamente ausencia de influencias. Puede consistir en transformar esas influencias de una manera significativa.

Lev Manovich y **Emanuele Arielli** exploran esta relación en ***Artificial Aesthetics: Generative AI, Art and Visual Media*** (2024). Su análisis relaciona la IA generativa con tradiciones artísticas que trabajan mediante la combinación, la reinterpretación y la reorganización de materiales culturales existentes.

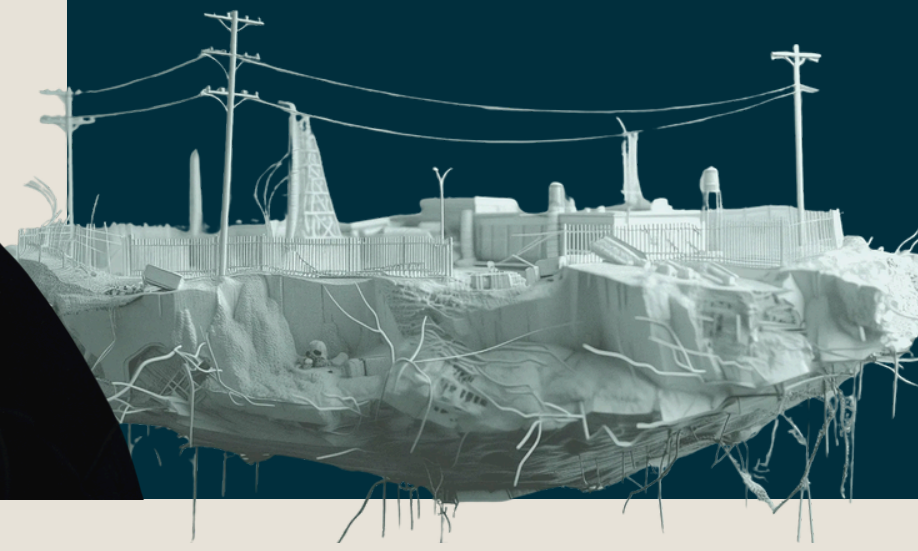


Sin embargo, esta comparación tiene un límite fundamental. Que los artistas humanos aprendan de obras anteriores no significa que todos los usos de esas obras por parte de sistemas de IA sean legítimos. Las personas tienen derechos, intereses económicos y expectativas sobre el uso de sus creaciones. Además, el aprendizaje humano ocurre dentro de relaciones sociales y culturales distintas de los procesos de entrenamiento de los modelos.

Por tanto, deben distinguirse tres preguntas:

1. **Creatividad**: ¿el resultado aporta algo nuevo o valioso?
2. **Ética**: ¿se ha desarrollado el proceso respetando los derechos e intereses de quienes crearon las obras de referencia?
3. **Legalidad**: ¿el entrenamiento y el uso del resultado cumplen la normativa aplicable?

Una respuesta positiva a la primera pregunta no resuelve automáticamente las otras dos.



El artista como director de procesos

La IA generativa está modificando la distribución del trabajo dentro de la creación artística. Tradicionalmente, muchos proyectos requerían combinar varias competencias: conceptualización, dibujo, composición, fotografía, edición, animación y producción. La IA permite automatizar parcialmente algunas de estas tareas o realizarlas con herramientas accesibles a personas que no dominan todas las técnicas.



Esto no significa que todas las fases sean ahora equivalentes ni que el conocimiento especializado haya perdido valor.
Significa que determinadas competencias pueden reorganizarse. Un artista puede utilizar un modelo generativo para explorar composiciones, desarrollar referencias visuales o producir prototipos. Después puede descartar la mayoría de los resultados, modificar otros, fotografiar elementos reales, intervenir manualmente las imágenes y construir una obra que se aleje considerablemente de la primera generación.

En este escenario, el artista desempeña funciones de:

- Conceptualización: definir qué quiere expresar y por qué.
- Dirección: establecer los criterios estéticos, narrativos y técnicos.
- Exploración: utilizar la IA para investigar posibilidades.
- Selección: distinguir resultados relevantes de resultados genéricos.
- Transformación: intervenir, combinar, editar y desarrollar el material.
- Contextualización: construir el significado de la obra y decidir cómo presentarla.

El valor creativo no desaparece necesariamente; puede desplazarse hacia otras fases del proceso. Pero aquí hay una advertencia importante: escribir una instrucción y aceptar el primer resultado no equivale automáticamente a realizar un trabajo de dirección artística. La aportación humana depende de las decisiones efectivamente tomadas, del grado de transformación, de la intención y del criterio aplicado. La cantidad de prompts utilizados tampoco constituye una medida fiable de creatividad.

El riesgo de la homogeneización estética

Existe otra cuestión que merece especial atención: la posibilidad de que la IA genere una cultura visual cada vez más uniforme. Los modelos generativos aprenden patrones presentes en sus datos de entrenamiento. Cuando se utilizan para producir contenidos comerciales con rapidez, es frecuente que los usuarios busquen resultados reconocibles, atractivos y fáciles de aceptar.

Esto puede favorecer imágenes pulidas, composiciones previsibles y estilos visuales que funcionan bien en contextos publicitarios, pero que aportan poca singularidad. El problema no reside exclusivamente en la tecnología. También depende de los objetivos de quienes la utilizan.

Si una institución solicita una imagen convencional y acepta el primer resultado, el sistema puede reforzar sus convenciones estéticas. Si un artista utiliza la herramienta para investigar tensiones, anomalías o combinaciones inesperadas, el proceso puede seguir una dirección muy diferente.

En su análisis de la IA y la cultura, la UNESCO ha advertido sobre los riesgos de la producción masiva de contenidos estandarizados y la importancia de preservar la intención, la originalidad y la responsabilidad humanas.

Para el sector cultural, esta cuestión es especialmente relevante. La cultura no solo debe producir imágenes agradables o contenidos eficaces: también debe conservar la diversidad, cuestionar convenciones, representar experiencias particulares y ofrecer perspectivas que no siempre coinciden con las preferencias mayoritarias.

La eficiencia de producción no debería convertirse en el criterio dominante para evaluar una obra.

¿Qué aporta la IA a la creatividad de los artistas?

1. **Ampliar el espacio de exploración**. Generar alternativas de composición, iluminación, paletas cromáticas o estructuras narrativas antes de tomar decisiones definitivas.

2. **Reducir el coste de experimentar**. Probar ideas que serían demasiado caras, lentas o difíciles de producir en una fase inicial del proyecto.

3. **Facilitar el diálogo interdisciplinar**. Traducir conceptos entre lenguajes visuales, textuales, sonoros y audiovisuales, creando puentes entre disciplinas.

4 **Cuestionar los propios hábitos**.Utilizar resultados inesperados para identificar soluciones que el artista quizá no habría considerado inicialmente.

5 **Desplazar tiempo hacia decisiones de mayor valor**. Automatizar parte del trabajo preliminar para dedicar más recursos a la investigación, la experimentación material, la edición y el desarrollo conceptual.

Estas ventajas no aparecen automáticamente. Requieren **objetivos claros, evaluación crítica y conocimiento del medio artístico** en el que se trabaja. La IA también puede introducir **nuevos costes**: tiempo dedicado a corregir resultados defectuosos, problemas de coherencia visual, dependencia de plataformas comerciales, incertidumbre sobre las licencias y necesidad de revisar posibles sesgos. Por eso, cada proyecto debe evaluar si la incorporación de IA mejora realmente el proceso.

Referencias bibliográficas

- Boden, M. A. (1990; edición revisada, 2004). The Creative Mind: Myths and Mechanisms. Routledge.
- Boden, M. A. (1998). "Creativity and Artificial Intelligence". Artificial Intelligence, 103(1–2), 347–356. ***Leer en ScienceDirect***.
- Boden, M. A. (2009). "Computer Models of Creativity". AI Magazine, 30(3), 23–34. ***Leer aquí.***
- Manovich, L., y Arielli, E. (2024). Artificial Aesthetics: Generative AI, Art and Visual Media. ***Publicación y texto completo***.
- Lev Manovich (2025). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la nueva era digital. Paidós.
- Lev Manovich (2013). El software toma el mando. Editorial UOC.
- Joanna Zylinska (2024) La máquina de percepción. Nuestro futuro fotográfico entre la visión y la IA. Akal.
- Joanna Zylinska (2026). Después del arte IA. Mímesis.
- UNESCO. (2022). Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial. Documento oficial



www.tojuntosoluciones.com
tojuntosoluciones@gmail.com
+34 651715670