NOVIEMBRE 2026

VOL. 4



artificial Inteligencia

creatividad y nuevas oportunidades para el sector cultural

www.tojuntosoluciones.com

VOLUMEN 4

La nueva relación entre artista y algoritmo

Autoría, originalidad, estilo y dirección artística en la era de la IA generativa

Imaginemos una situación cada vez más habitual. Una artista desarrolla una idea para una instalación sobre la memoria colectiva. Utiliza un modelo de IA para generar cientos de imágenes, selecciona doce, modifica algunas mediante edición digital, incorpora fotografías propias y organiza las piezas en una instalación audiovisual.

¿Quién ha creado la obra? ¿La artista que concibió el proyecto? ¿La empresa que desarrolló el modelo? ¿Las personas cuyas imágenes contribuyeron al entrenamiento? ¿El sistema que generó las imágenes? ¿O todas estas partes han contribuido de alguna manera?

Combiene separar varios aspectos:

- Autoría artística: quién ha realizado las aportaciones creativas.
- Propiedad intelectual: qué elementos pueden estar protegidos, quién ostenta los derechos y bajo qué condiciones.
- Contribución técnica: qué herramientas, modelos y materiales han intervenido en la producción.
- Responsabilidad: quién responde por el uso de materiales, las representaciones, los posibles daños o las condiciones de publicación.

Estos conceptos no son intercambiables. Una persona puede dirigir un proceso creativo sin adquirir automáticamente todos los derechos sobre cada elemento utilizado. Del mismo modo, haber desarrollado una herramienta no convierte necesariamente a su fabricante en autor de todas las obras producidas con ella.

La IA generativa obliga, por tanto, a distinguir entre la participación en un proceso, la aportación creativa y la titularidad jurídica. Esta distinción es esencial para artistas, galerías, instituciones culturales y agencias que incorporan IA a sus servicios.

La autoría nunca ha sido tan simple como parece

La figura del artista individual, entendido como origen exclusivo de una obra, tiene una historia cultural concreta. Aunque hoy constituye una referencia central del mercado del arte, no describe todas las formas de producción artística.

En distintos periodos históricos, la creación ha dependido de talleres, aprendices, colaboradores, artesanos, editores, impresores y mecenas. Una pintura podía surgir de un diseño realizado por un maestro y ejecutado parcialmente por integrantes de su taller. Una película es resultado de un trabajo colectivo. Una producción teatral reúne dramaturgia, interpretación, escenografía, iluminación, dirección y sonido.

El arte contemporáneo ha cuestionado de forma explícita la idea de que la autoría dependa exclusivamente de la ejecución manual.

Marcel Duchamp, por ejemplo, alteró el debate al presentar objetos manufacturados como obras dentro de un contexto artístico. Su Fuente (1917), un urinario firmado con el seudónimo R. Mutt, desplazó la atención desde la fabricación del objeto hacia la selección, el gesto conceptual y el contexto de exposición. La obra planteaba una cuestión que sigue siendo pertinente: ¿qué convierte un objeto en una obra de arte?

La respuesta no depende únicamente de quién lo ha fabricado. También intervienen la intención, la selección, el contexto y el marco de interpretación.

Sin embargo, no conviene equiparar directamente los readymades de Duchamp con la IA generativa. Duchamp trabajó en un contexto histórico y conceptual específico; los modelos actuales introducen otras cuestiones, entre ellas el entrenamiento con grandes conjuntos de datos, la automatización de la producción y los derechos de terceros.



Originalidad: ¿qué significa crear algo nuevo?

La originalidad es uno de los conceptos centrales del arte moderno, pero no tiene un único significado.

Puede referirse a una obra que introduce una técnica desconocida, desarrolla un lenguaje visual singular, cuestiona las convenciones de una disciplina o propone una interpretación novedosa de una experiencia compartida.

La IA generativa complica esta noción porque puede producir millones de variaciones a partir de patrones aprendidos. Algunas serán visualmente sorprendentes; otras parecerán familiares, convencionales o derivativas. El volumen de resultados no equivale a originalidad artística. Para valorar una obra conviene distinguir tres niveles:

Nivel 1: Novedad Visual. ¿El resultado presenta una combinación poco habitual de elementos?

Nivel 2: Originalidad conceptual. ¿La obra aporta una idea, una perspectiva o una interpretación significativa?

Nivel 3: Relevancia artística. ¿Esa aportación tiene valor dentro de su contexto estético, histórico o cultural?

Un generador puede producir una imagen que resulte novedosa en el primer nivel. Los otros dos requieren una evaluación más amplia. Esto no significa que una obra asistida por IA no pueda alcanzar relevancia artística. Significa que su evaluación no debería limitarse a comprobar si la imagen parece novedosa o si ha sido generada con una tecnología avanzada.
También debemos evitar el error contrario: exigir a las obras realizadas con IA una originalidad absoluta que no exigimos a otras formas de creación.
El criterio adecuado es examinar las aportaciones concretas de cada proyecto y su relación con la tradición artística, el contexto y las decisiones de su autor o autores.



El estilo artístico: influencia, apropiación e imitación

El estilo es una de las cuestiones más controvertidas de la IA generativa. Un usuario puede solicitar una imagen que evoque determinadas características de una tradición pictórica, como el claroscuro barroco, la geometría cubista o la pincelada impresionista. También puede pedir que el resultado se aproxime al lenguaje visual de un artista contemporáneo concreto.

La facilidad para producir estas imágenes ha generado conflictos entre desarrolladores de modelos, artistas, plataformas y titulares de derechos.

El problema exige distinguir varias situaciones:

- Inspirarse en una corriente artística o un periodo histórico.
- Estudiar características generales de una técnica.
- Imitar rasgos reconocibles del lenguaje visual de un artista vivo.
- Reproducir o transformar elementos concretos de una obra protegida.
- Utilizar una imagen de referencia sin autorización cuando esta sea necesaria.
- Presentar un resultado de manera que induzca a creer que el artista original lo ha creado o respaldado.

Estas situaciones no tienen las mismas implicaciones éticas ni jurídicas. En particular, el estilo artístico, considerado de forma abstracta, no equivale automáticamente a una obra protegida por derechos de autor. No obstante, la reproducción de elementos expresivos concretos, la utilización de imágenes protegidas o las prácticas que generan confusión sobre la procedencia de una obra pueden plantear problemas legales.

En España y en la Unión Europea, el análisis depende de las circunstancias y de las normas aplicables. No debe asumirse que una imagen es legal simplemente porque la ha generado una IA, ni que toda imagen inspirada en un artista constituye una infracción.



Imaginemos que una ilustradora ha desarrollado durante quince años un lenguaje visual reconocible. Su trabajo combina determinadas formas anatómicas, paletas cromáticas, texturas y referencias culturales. Un cliente comienza a generar imágenes que imitan ese lenguaje para competir directamente con ella.

Aunque no se haya copiado una ilustración concreta, la situación plantea una cuestión económica y ética: ¿qué sucede cuando una tecnología permite reproducir con facilidad rasgos que forman parte de la identidad profesional de una artista?

¿Qué ocurre con los artistas vivos?

La respuesta no puede reducirse a afirmar que todo está permitido porque el estilo no tiene una protección jurídica general equivalente a la de una obra concreta. También debemos considerar la transparencia, la competencia, el consentimiento, las condiciones de uso de las plataformas y las posibles formas de aprovechamiento comercial de la reputación ajena.

Para las instituciones culturales, la recomendación es clara: cuando exista una relación directa con un artista identificable, resulta preferible utilizar referencias estilísticas generales, trabajar con materiales autorizados y acordar expresamente las condiciones de uso.

¿Puede protegerse jurídicamente una obra generada con IA?

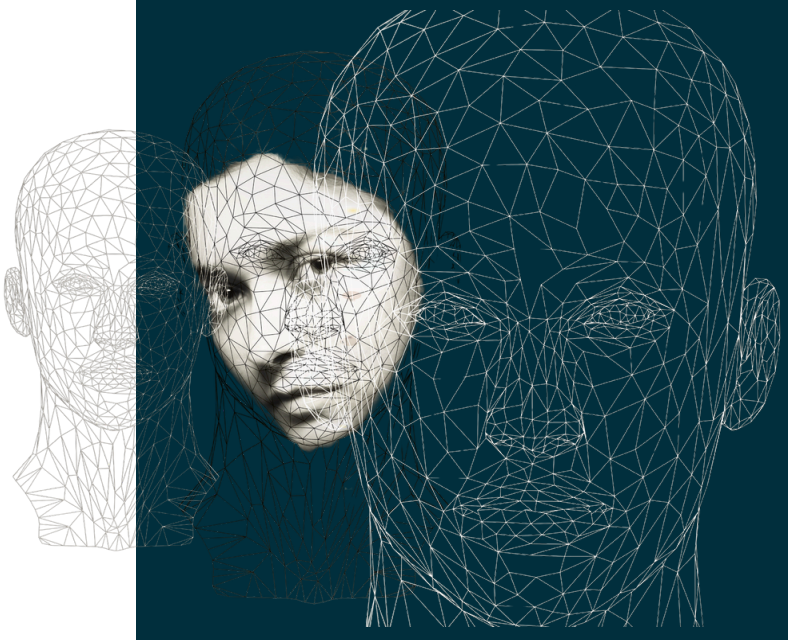
Esta pregunta tiene dos dimensiones diferentes: la protección del contenido generado y los derechos sobre los materiales utilizados para producirlo.

La protección del resultado

En Estados Unidos, la Oficina de Copyright publicó en enero de 2025 la segunda parte de su informe sobre IA y derechos de autor.

Su conclusión es que una obra generada mediante IA puede recibir protección cuando una persona ha determinado suficientes elementos expresivos originales. La mera introducción de prompts no resulta suficiente por sí sola, aunque la selección, la organización y las modificaciones creativas humanas pueden contribuir a la protección.

Este criterio estadounidense no debe trasladarse automáticamente a España. En el contexto español, la Ley de Propiedad Intelectual vincula la autoría a la persona natural que crea la obra. Por ello, cuando un resultado procede esencialmente de una generación automatizada, sin una aportación creativa humana jurídicamente suficiente, la posibilidad de protegerlo como obra de autor presenta dificultades. El análisis debe realizarse atendiendo al proceso concreto y a las aportaciones humanas.



La autoría como práctica transparente

La transparencia no exige necesariamente revelar cada detalle técnico de un proceso creativo. Sí requiere evitar afirmaciones engañosas sobre la procedencia de una obra y cumplir las obligaciones legales o contractuales aplicables. En la práctica, una ficha de producción puede documentar:

- Qué herramientas de IA se utilizaron.
- En qué fases del proceso intervinieron.
- Qué materiales propios o de terceros se incorporaron.
- Qué modificaciones realizó el equipo humano.
- Qué permisos o licencias resultan pertinentes.
- Qué condiciones de divulgación se aplican a la publicación.

Este registro puede resultar especialmente útil en encargos comerciales, exposiciones, convocatorias, proyectos financiados con fondos públicos y colaboraciones con instituciones.

Además, permite responder con precisión a preguntas del público, los clientes o los artistas participantes.

Transparencia y regulación europea

A fecha de octubre de 2026, las obligaciones de transparencia del artículo 50 del Reglamento europeo de IA son especialmente relevantes para quienes publican o distribuyen contenidos generados o manipulados mediante IA.
La Comisión Europea indica que estas obligaciones se aplican desde el 2 de agosto de 2026. Entre otras cuestiones, contemplan requisitos para identificar determinados contenidos generados por IA, así como obligaciones específicas para los deepfakes y ciertos textos informativos de interés público.

En obras evidentemente artísticas, creativas, satíricas o ficticias, la obligación de divulgar los deepfakes se adapta para no perjudicar indebidamente la presentación de la obra.

No todo contenido generado por IA está sujeto a una obligación idéntica de etiquetado. La aplicación depende de la naturaleza del contenido, de su finalidad, de las excepciones correspondientes y del papel que desempeñe cada organización.

Por ello, las galerías, festivales y agencias deberían comprobar las obligaciones aplicables a cada caso en lugar de adoptar una regla simplificada para todas las publicaciones.

Recomendaciones para artistas e instituciones

Para artistas

- Conserva bocetos, archivos fuente y versiones intermedias.
- Define qué partes del proceso deseas delegar a la IA.
- Comprueba las licencias y condiciones de las herramientas.
- Evita utilizar obras ajenas como referencia sin verificar si tienes autorización.
- Documenta tus aportaciones creativas cuando la autoría sea relevante.

Para galerías e instituciones

- Establece criterios internos para el uso de IA.
- Acuerda por escrito las condiciones de producción con artistas y proveedores.
- Evita presentar imágenes sintéticas como fotografías documentales.
- Define cuándo es necesario informar al público.
- Protege los archivos, las imágenes y los datos personales de la colección.

Para agencias y profesionales creativos

- Diferencia la producción automatizada de la dirección creativa.
- No prometas exclusividad o protección jurídica sin comprobar las condiciones aplicables.
- Verifica los resultados antes de entregarlos al cliente.
- Documenta las herramientas y las licencias utilizadas.
- Integra la IA donde aporte valor real, no por razones exclusivamente promocionales.

Referencias y recursos

- Duchamp, M. (1917). Fountain. Obra y documentación histórica sobre el readymade.
- Boden, M. A. (2004). The Creative Mind: Myths and Mechanisms. Routledge.
- Manovich, L., y Arielli, E. (2024). Artificial Aesthetics: Generative AI, Art and Visual Media. Texto y proyecto.
- U.S. Copyright Office (2025). Copyright and Artificial Intelligence, Part 2: Copyrightability. Informe oficial.
- Oficina de Derechos de Autor de EE. UU.
- Unión Europea. Reglamento (UE) 2024/1689, de Inteligencia Artificial, especialmente el artículo 50. Texto legal en EUR-Lex.
- Comisión Europea (2026). Guidelines on transparency obligations for providers and deployers of AI systems. Orientaciones oficiales



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