

Estéticas de la imagen en el apogeo de la IA generativa

Luis Roberto Brun Oropeza ⁽¹⁾

Resumen: La inteligencia artificial está transformando la creación, percepción y función de las imágenes en la sociedad contemporánea. La IA se presenta como una fuerza disruptiva que, al generar imágenes a partir de datos, redefine el concepto de representación visual, reconfigurando su relación con la realidad y abriendo paso a una era de interpretaciones algorítmicas.

Este fenómeno puede entenderse con el concepto de postfotografía, donde las imágenes ya no son reflejos fieles del mundo, sino artefactos culturales híbridos. En este sentido, se plantean retos y problemáticas asociadas: desde la perpetuación de sesgos sociales y culturales en los datos que entrenan los algoritmos, hasta las implicaciones éticas y estéticas de la pérdida de ritualidad en los procesos creativos. El rol de los creadores contemporáneos y sus habilidades estratégicas y críticas para maximizar el potencial innovador de la IA, son algunos de los elementos clave que desafían estos retos.

Palabras clave: Estética - Inteligencia artificial - Postfotografía - Representación visual - Procesos creativos - Autoría - Sesgos culturales

[Resúmenes en inglés y en portugués en las páginas 222-223]

⁽¹⁾ **Luis Roberto Brun Oropeza** es comunicador, productor audiovisual y docente universitario con más de 15 años de experiencia. Es Máster en Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación aplicadas a la educación por la Universidad Internacional de Valencia, España, y Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Cuenta además con especializaciones en producción audiovisual y docencia universitaria. Desde 2018, dirige el Laboratorio de Comunicación Transmedia y es docente en la Universidad Privada Boliviana en Cochabamba. Ha desempeñado roles destacados como director de fotografía, guionista y realizador de documentales, cortometrajes y campañas de comunicación para instituciones públicas y privadas. Su trabajo ha sido premiado en festivales internacionales, como el “Diablo de Oro” en 2022 y el FOCCA en 2014. Luis es autor y coautor de publicaciones sobre cine y comunicación, como “La sangre de la nación”, ensayos sobre Jorge Sanjinés. Domina herramientas de edición multimedia y ha participado en prestigiosos talleres y laboratorios internacionales de guion y producción audiovisual. Su trayectoria combina la creatividad, la docencia y el compromiso con la difusión cultural y educativa.

Introducción

Semanas atrás de que este artículo terminara, salió la noticia de que Alexander Reben, artista y tecnólogo formado en MIT terminó su residencia en OpenIA con la realización de una escultura de 4 metros en mármol italiano, imagen generada por inteligencia artificial en Sora, un generador de videos diseñado por la misma compañía. La imagen generada fue luego dándose forma en el mundo real a través de tecnología diseñada por *Nvidia*¹. En esta que puede considerarse una anécdota más que interesante, hay varios elementos a tomar cuenta. El proceso o estrategia que siguió el artista para lograr generar la escultura la combinación y las herramientas, y la posibilidad de que una empresa como esta empiece a trabajar con los que aún se puede considerar sus principales detractores: los artistas. El resultado también es interesante, aunque por ahora, el proceso que le antecedió lo es más. Incluso la estrategia que está usando OpenIA para acercarse a los artistas, más allá de ser una estrategia de mercado, puede arrojar innovaciones realmente interesantes en la concepción del proceso creativo.

Algunos podrían argumentar que, cuando se trata de herramientas de inteligencia artificial (IA) generativas, la capacidad de las máquinas para subsanar o reemplazar los procesos asociados a la percepción sensorial, por ejemplo, o el desarrollo de la técnica son menos importantes que su capacidad para ejecutar tareas específicas y resolver problemas. Sin embargo, este punto de vista podría pasar por alto aspectos clave relacionados con sus implicaciones estéticas, analizarlas o entenderlas, más que definir las, nos sirve para entendernos a nosotros mismos como sociedad, más aún hoy, en que las imágenes son cada vez más esenciales para comunicarnos.

Si bien el motivo del presente artículo habla sobre conceptos que danzan excepcionalmente entre informática, diseño y comunicación, se cree pertinente iniciar con algo más poético y por ende más cercano a la imagen sensible y de esta manera, plantear la preocupación de manera más integral. Hace un tiempo, leyendo un cuento del escritor argentino Cesar Aira, *A brick Wall*, se dio con una especie de alegoría que me llevó de la narrativa de ficción hacia un campo más relacionado con la filosofía y una de sus grandes y más interesantes áreas de estudio, la estética. Se transcribe a continuación parte de ese fragmento:

“... Un adulto ve un pájaro volando, y su mente al punto dice “pájaro”. El niño en cambio ve algo que no sólo no tiene nombre sino que ni siquiera es una cosa sin nombre: es (y aun este verbo habría que usarlo con cautela) un continuo sin límites que participa del aire, de los árboles, de la hora, del movimiento, de la temperatura, de la voz de su madre, del color del cielo, de casi todo. Y lo mismo con todas las cosas y hechos, es decir, con lo que nosotros llamamos cosas y hechos. Es casi un programa artístico, o algo así como el modelo o matriz de todo programa artístico. Más aún: el pensamiento, cuando se esfuerza por investigar sus raíces, puede estar tratando, aun sin saberlo, de volver a su inexistencia, o al menos tratando de desarmar las piezas que lo componen para ver qué riquezas hay detrás” (Aira, 2012).

Aira, básicamente, describe y relaciona el desarrollo de la percepción humana, desde nuestra infancia a la adultez, con un sistema en construcción que se va haciendo cada vez más rígido, o, al menos, olvida su fluidez espacio-temporal de los primeros años de infancia. Aira vincula la amnesia infantil con la manera en que los niños perciben el mundo antes de tener una estructura lingüística sólida. La amnesia se presenta como una consecuencia de un estado de la mente en el que las experiencias tempranas, caóticas y desordenadas no tienen un sistema que las contenga, pero también como un momento en que la percepción es esencialmente sensorial, libre del peso del lenguaje y de la memoria organizada.

Además de la belleza estética de la metáfora del muro como lo uniforme y repetitivo en el que se construye nuestro lenguaje y el esfuerzo por entender los primeros meses de un ser humano y su relación con el entorno como algo “más elevado y sutil” (algo que incluso se podría asociar, de manera más rústica con una narración a la inversa de la alegoría del mito de la caverna de Platón), se cree que existe una idea en el fragmento, clave para entender el momento en el que nos encontramos frente al *boom* comercial y tecnológico de la imágenes generadas con inteligencia artificial. Entender la naturaleza y proceso que conlleva su evolución, desde el punto de vista de la percepción, ya sea por su transformación o ausencia, nos invita a reflexionar, no solo sobre los acelerados cambios tecnológicos que están afectando a la producción de contenidos, sino también, sobre la naturaleza misma de los procesos de representación de la imagen, la creatividad y la técnica artística. Si la comprensión del “mundo de las imágenes”, que se configura en nuestros recuerdos a partir del lenguaje, es clave para entendernos como personas, entender las imágenes que producimos es clave para entendernos como sociedad, como cultura, entender nuestra historia, nuestra idiosincrasia.

A continuación se realizará un repaso por algunos de los tópicos que se consideran más relevantes para poder entender el fenómeno. Sin ánimos de llegar a conclusiones definitivas o certezas, ya que, en este momento, finales del 2024, todo lo que se escriba sobre la IA y la estética de la imagen que genera, valga la metáfora, serán *instantáneas polaroid* de una realidad que seguramente irá transformándose o terminando de moldearse en los siguientes 30 años. El objetivo principal es superar por un momento la fascinación por la novedad, y el esfuerzo que en muchos espacios académicos se está haciendo por enfocarse en los resultados que arrojan las IAs generativas como sistemas de procesamiento de información, para en cambio, explorar el proceso que lleva a esos resultados, y lo que eso implica luego para la cultura visual. Sin duda esto no quita importancia -y de hecho sirve como complemento a otras problemáticas, como la reconfiguración del mercado laboral a partir de esta tecnología, los derechos de autor y los nuevos retos que implica para las escuelas de diseño, comunicación y arte, entre otras, el enseñar sobre cómo entender y producir imágenes.

El artificio de las imágenes y el imaginario artificial

Es habitual que, al momento de abordar la imagen como recurso expresivo, se haga referencia a las primeras imágenes encontradas en las cavernas. La pintura rupestre muestra

que, desde un principio, las imágenes fueron, dimensión icónica e índice de su tiempo, y también, un entramado de códigos que la simbolizan, que la transforman, desde la mirada hasta la técnica que las crea, para luego ocupar un lugar en nuestra memoria. Es decir, las imágenes no son sólo evidencia de un momento, sino son una forma en la que nosotros entendemos la realidad.

En *Ways of Seeing (Modos de ver)* (Berger 2008) analiza cómo las imágenes, especialmente en los medios de comunicación y el arte, no solo representan la realidad sino que la moldean. Según Berger, estas imágenes están impregnadas de ideologías culturales y sociales, funcionando como un espejo que proyecta y perpetúa las estructuras de poder e identidad. Es decir, las imágenes que creamos y consumimos son siempre un gran filtro de nuestra idiosincrasia, son sesgos desde siempre. Una vez creadas, estas imágenes vuelven a ser parte de la realidad de donde sus insumos o elementos fueron sacados, y así, cíclicamente. En este sentido, una mirada a las series de la fotografía documental del siglo XX, que también fueron simplemente fotografía, nos revela cómo moldearon nuestra percepción del mundo, reforzando narrativas culturales e identidades colectivas, como *Los americanos de Robert Frank* (Sontag, 1981).

Con el tiempo, la materialidad de estas imágenes adquieren igual importancia que su valor icónico, indicativo o simbólico, y se convierte, en una de las claves, para entender mejor cómo pensamos y nos comunicamos hoy y en un futuro próximo. En su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Walter Benjamin (2024) reflexiona sobre cómo las imágenes reproducidas masivamente (como fotografías y cine) transforman la relación entre el arte, la sociedad y la identidad cultural. Sostiene que las imágenes reflejan y configuran las sensibilidades y valores de una época, democratizando el acceso al arte pero también alienándolo de su «aura» original. Hoy la reproducción de las imágenes es menos conflictiva que antes, o al menos, es algo que se espera, en un momento en el que la autoría como se la conocía antes, está en crisis. De hecho, la “viralización” y la transformación de la imagen es una señal de éxito. Sin asombro colgamos copias (con diferentes formatos y materiales) de obras de Klimt o Van Gong en los pasillos de nuestra casa, o vemos “adaptaciones” de los mismos en calcetines o memes (Prada, 2018).

Hoy en día, el contexto en donde se da el *boom* de las imágenes generadas por IA, tiene, por un lado, una nueva crisis en la materialidad de la imagen con la invención de los *smartphones* y, por otro, pero como una consecuencia de lo anterior, una crisis en esta otra dimensión “aurea” asociada a la imagen, su dimensión más ritual, el proceso creativo y el estilo. Estos cambios vienen nutriéndose de variantes desde las década de los 90’s del siglo XX, y tiene como uno de sus corolarios a la cultura del *remix* y la nostalgia, el *collage* reinventado, no solo de recortes de imágenes, sino de recortes de ideas, nuevamente, alienadas de su discurso/esencia, con las que originalmente fueron concebidas (Prada, 2018). Tal vez, si hay una preocupación de los creadores, sean o no considerados artistas, actualmente no radica ya en la copia de una imagen como tal, o la relectura o diálogo que se crea con ella en la adaptación (teniendo en cuenta todas las reflexiones que surgieron desde Duchamp y el dadaísmo en adelante), sino en la desaparición de ciertos procesos técnicos, que implica también el fin de ciertos ritos asociados a estos, desmitificando todo el andamiaje de lo que se consideraba creativo, incluyendo los estilos y tendencias (Manovich, 2022).

La estética inicial de las imágenes generadas por IA tuvieron la lógica del collage, es decir, la suma de varios fragmentos, fruto de la fragmentación/descuartización del cuerpo de una obra, resignificada(s) en una imagen nueva. Por ahora, siguen manteniendo mucho de esa lógica. Por ahora, lo que se genera y vemos en la pantalla, sigue siendo un reciclaje de otras imágenes, pero no solo se recicla los elementos morfológicos y retóricos, sino todos los elementos contextuales, simbólicos y culturales que le dieron origen, generando un ruido que puede o no ser intencional.

Estos elementos se atomizan en el proceso de generación de imágenes por IA, la crisis comienza cuando la mecánica de la creación/creatividad cambia. El otro factor, en común con el fenómeno que analizaba Benjamin, la democratización y el acceso, que hoy ha empoderado con creces al prosumidor (Costa, Piñeiro, 2014) no han hecho más que difuminar aún más los límites de estas significaciones. Hoy todos se han vuelto pintores, fotógrafos o diseñadores, pero sobre todo, recicladores gráficos. Si las imágenes, históricamente son un reflejo de cómo vemos el mundo *¿Cómo la red neuronal y el algoritmo de las IA, contribuirá a ese imaginario?*, más aún, cuando las imágenes que genera no son ya representación de la realidad, sino una predicción o interpretación (Manovich, 2018). Baudrillard (2024), en *Cultura y simulacro*, argumenta que vivimos en una era de simulacros donde las imágenes ya no reflejan la realidad, sino que la reemplazan. Sin embargo, este proceso también construye y deforma las identidades culturales al producir una «realidad hiperreal» que las sociedades terminan adoptando como auténtica.

Representación Vs. Predicción/Interpretación

La representación de la imagen ha sido una preocupación central en la cultura visual. Tecnologías emergentes, como la IA, introducen aparentes transformaciones que exigen un replanteamiento crítico, además, y esto puede ser lo más importante, al cuestionar procesos convencionales o ya normalizados, revela elementos de ellos que aún no los habíamos visto. Manovich (2018) sitúa la generación de imágenes por IA dentro de un cambio histórico: de las representaciones tradicionales, centradas en la relación directa con la realidad visible, a imágenes que surgen de procesos algorítmicos basados en patrones de datos. Este cambio, argumenta, desmaterializa la imagen y la libera de la necesidad de representar fielmente un referente externo. Aquí, Flusser (2000) aporta una base teórica relevante al plantear que las «imágenes técnicas» ya no son una reproducción del mundo, sino el resultado de programas que codifican realidades específicas. Para Flusser, las cámaras y los sistemas digitales crean mundos posibles en lugar de reflejar el existente, lo que anticipa la capacidad de la IA para generar imágenes que no están sujetas a los límites del ojo humano o de la experiencia vivida.

El punto de conexión entre ambos autores es la reconfiguración de la autoría. Manovich señala que en la era de la IA, el papel del creador se distribuye entre humanos y máquinas, donde la curaduría de datos y el diseño de algoritmos tienen tanto peso como la intención artística inicial. Este argumento resuena con Flusser, quien sugiere que los creadores de imágenes técnicas no son únicamente artistas, sino también programadores que con-

figuran las posibilidades del sistema. Sin embargo, Manovich lleva esta idea más allá al destacar que, con la IA, el sistema no solo ejecuta un programa predeterminado, sino que aprende, evoluciona y genera resultados emergentes e imprevisibles.

Donna Haraway (1991) entra en este diálogo desde una perspectiva más amplia, explorando las implicaciones ontológicas y políticas de estas transformaciones. Su concepto del *ciborg*, una figura híbrida que combina lo humano y lo tecnológico, ofrece una metáfora poderosa para comprender la naturaleza de las imágenes generadas por IA. Según Haraway, las categorías tradicionales de autoría y creatividad se desdibujan en un mundo donde los límites entre lo humano y lo no humano se hibridan. Este enfoque refuerza la visión de Manovich, al posicionar las imágenes de IA como artefactos culturales híbridos que emergen de una colaboración entre humanos, datos y algoritmos. Al mismo tiempo, sugiere que estas imágenes no solo transforman lo que vemos, sino cómo entendemos la agencia creativa en la cultura contemporánea.

Mientras Flusser describe las imágenes técnicas como dependientes de las intenciones del programador, Haraway y Manovich nos recuerdan que la IA, a través de su capacidad de aprendizaje, trasciende esas intenciones iniciales. La imagen generada por IA no es simplemente programada, sino que es el resultado de un proceso en el que el algoritmo interpreta, reorganiza y crea nuevas posibilidades a partir de los datos. En este sentido, Haraway nos invita a ver estas imágenes como productos de una agencia múltiple y distribuida, donde el papel del humano no desaparece, pero se transforma radicalmente.

Esta transformación puede ser entendida si nos detenemos a ver el momento que pasa hoy la fotografía. Un fenómeno que anticipa las características de la imagen generada por IA, es lo que se denominó en la primera década del siglo XXI como postfotografía.

La imagen IA, clímax de la postfotografía

El concepto de *postfotografía* emerge como una forma de describir el impacto que las tecnologías digitales y las nuevas prácticas de producción y manipulación de imágenes tienen sobre la fotografía tradicional. Este concepto, explorado en profundidad por autores como Joachim Schmid (2010) y George Baker (2009), se refiere a un período en el cual las imágenes fotográficas ya no están restringidas a la captura de la realidad o a la representación fiel de lo visual. En lugar de ello, las imágenes pueden ser generadas, modificadas y distribuidas de maneras que antes no eran posibles, modificando tanto la naturaleza de la fotografía como su función en la sociedad.

Tradicionalmente, la fotografía era vista como un medio de captura que tenía una relación directa con el mundo real. Sin embargo, con el advenimiento de la edición digital, la manipulación automatizada y la inteligencia artificial, la fotografía pierde su vínculo exclusivo con la “realidad” y se convierte en un campo de posibilidades infinitas. Schmid (2010) argumenta que, debido a la digitalización, la fotografía ha pasado de ser un medio de representación a un proceso de “producción” de imágenes. La noción de la «realidad» representada en la fotografía se desintegra cuando las imágenes se producen y manipulan

digitalmente, sin ninguna referencia directa al mundo físico o, mejor dicho, como una alegoría del mundo físico, más que un índice o referencia.

Las tecnologías de la postfotografía no solo cambian el acto de crear una imagen, sino también la manera en que las imágenes circulan y se perciben (Baker, 2009). Las imágenes IA llegan en un momento en que la fotografía casera y toda la ritualidad que esto conlleva, los retratos en las paredes, la foto de carnet de algún ser querido guardada en la billetera, el collage de recuerdo, etc. se encuentran con la fotografía experimental, de puesta en escena, de intención artística, en lugares que las igualan, mezclan y finalmente difuminan, como Instagram, por ejemplo.

En la postfotografía, la imagen ya no se considera una cosa fija o un objeto físico, como lo era en la fotografía tradicional, sino que se convierte en un archivo digital que puede ser editado, desplazado y transformado infinitamente. Las imágenes digitales pueden ser recortadas, replicadas y alteradas con facilidad, lo que hace que la noción de “autenticidad” de la imagen fotográfica sea cuestionada. La idea de la “fotografía como prueba” está en cuestionamiento, pues tiene sus contradicciones. Por un lado, sabemos que estamos expuestos cada vez más a imágenes alteradas, retocadas, modificadas, esto ya es parte de nuestra relación estética con la fotografía, pero, y al mismo tiempo, no terminamos de enterrar la idea de que una fotografía legitima la existencia de alguien o algo.

La postfotografía está vinculada a una crítica más amplia a las formas convencionales de ver y representar, y este es un ámbito interesante, y de potencial enriquecimiento de la comunicación visual. Hoy la foto, puede ser también una captura de pantalla, un fotograma extraído de una cámara de seguridad, una imagen de *Google maps*, ampliando su naturaleza, alejándole completamente de las pretensiones de realidad.

Joan Fontcuberta lleva esta crítica más lejos, sugiriendo que la fotografía se ha transformado en un medio que ya no busca representar el mundo, sino crear mundos ficticios. Esto lo vemos en su obra “Fauna” (1994), en la que presenta especies animales inventadas, pero que se presentan con la apariencia de fotografías documentales. Esta es, sin duda, una descripción que calza completamente con las imágenes IA en su dimensión más inquietante. La posibilidad de crear mundos ficticios, usando la estética de una fotografía documental. Hoy aún puede sorprender, o engañar, aunque también, es cada vez es más irrelevante asumir su verosimilitud. Volviendo al punto anterior surge una nueva pregunta. Si la pretensión de representación de la realidad se disocia cada vez más del hacer fotográfico (si que esto implique la desaparición de la fotografía convencional) ¿Cuál será el rol de estas imágenes, en la configuración de la memoria?, por ahora podemos decir que, parte de la memoria, que es básicamente la imaginación que depara en imaginario, en las imágenes generadas por AI, plantea retos y problemáticas fundamentales.

La IA frente a nuestros sesgos y prejuicios

Desde una perspectiva positiva, la IA tiene el potencial de abrir nuevas posibilidades estéticas. Como sugiere Manovich (2018), los algoritmos de IA pueden generar imágenes que no están limitadas por las convenciones visuales tradicionales o las restricciones del

ojo humano. Al aprender a partir de grandes volúmenes de datos, las máquinas pueden producir composiciones visuales que, de otro modo, habrían sido impensables, fusionando estilos, épocas y formas visuales de maneras innovadoras. Sin embargo, para superar estas limitaciones, es necesario que el creador de imágenes entienda cómo entrenar a la herramienta que está usando, alimentándola no solo con *prompts*, sino también, con otras imágenes, ya publicadas y originales, entre otros procedimientos, que, por ahora, no son de interés común en el mundo de los nuevos usuarios de IA o prosumidores.

Por otro lado, la capacidad de la IA para crear imágenes sin una necesidad directa de referirse a la realidad podría liberar a la fotografía de los convencionalismos del realismo y la objetividad. Esto podría dar pie a la representación de realidades alternativas o abstractas que, al no depender de la fotografía tradicional, podrían cuestionar estereotipos visuales convencionales y generar una estética más libre y experimental (Fontcuberta 2010).

Sin embargo, un aspecto negativo fundamental de las imágenes generadas por IA es que, como señala Schmid (2010), estas imágenes no están desprovistas de los sesgos de los datos que las entrenan. Los algoritmos de IA aprenden de vastos repositorios de imágenes y textos provenientes de la web y otros grandes *datasets*. Estos conjuntos de datos están impregnados de los prejuicios, normas de género, raciales, y culturales prevalentes en la sociedad. El resultado es que las imágenes generadas por IA tienden a reproducir y amplificar esos mismos sesgos, creando representaciones visuales que pueden perpetuar estereotipos.

Por ejemplo, si los algoritmos son entrenados con imágenes que predominantemente muestran a ciertos grupos sociales en posiciones de poder o belleza y a otros en roles subordinados o marginales, las imágenes generadas por IA reflejarán esas desigualdades. Baker (2009) resalta cómo la fotografía, y ahora la postfotografía, siempre ha tenido el poder de construir realidades visuales que afectan la percepción pública de la identidad, la raza, el género y otros aspectos fundamentales. Si los datos de entrenamiento son sesgados, la IA no solo reproduce estas representaciones, sino que también puede amplificarlas al crear imágenes que refuercen estos estereotipos de manera aún más explícita.

El sesgo en la IA es particularmente problemático porque, como observa Schmid (2010) y Fontcuberta (2010), las imágenes generadas por IA no solo están influenciadas por los datos históricos, sino que también son vistas como «objetivas» o «neutrales» por quienes las consumen. Esto refuerza la idea errónea de que las máquinas son imparciales, cuando en realidad están replicando los prejuicios y limitaciones de los datos que alimentan su programación.

Finalmente, es importante apuntar que la postfotografía, y la imagen contemporánea actual, como lo señala Schmid (2010), no tiene que ser un medio que perpetúe estereotipos, *per se*. Por el contrario, puede ser una herramienta que genere conciencia sobre las construcciones visuales de la realidad, permitiendo que los artistas y creadores cuestionen y reconfiguren las narrativas visuales. En lugar de ver las imágenes generadas por IA como una reproducción pasiva de estereotipos, podemos usarlas de manera activa para reflexionar sobre la sociedad y cambiar la forma en que visualizamos la identidad, el poder y la cultura.

Conclusión

Es importante para educación en diseño, comunicación visual, o cualquier área que se dedica a la educación visual y la creación de contenido visual, comprender que es tan importante dominar la técnica para lograr un resultado efectivo, como conocer y reflexionar sobre los procesos que lo generan. Es clave saber cómo hacer un buen *prompt* para lograr la imagen justa, aunque es muy probable que la misma IA te ayude a editar y conocer mejores *prompts*. Sin embargo, entender de donde vienen y hacia dónde van esos *prompts*, y cuáles son las referencias visuales, simbólicas y valores culturales que conlleva pueden ser aún más determinantes al momento de crear un mensaje efectivo.

Las imágenes generadas por las IA hoy, son la epítome de lo que se denominó como post-fotografía, tal vez podríamos estar hablando de una época “postimagen”. Esto conlleva una imagen generada por un proceso completamente distinto a la de la representación, es decir, una imagen parcialmente ciega, o por lo menos, alejada de la ritualidad sensorial que implicaba realizar una “toma” o crear la imagen a partir de una conexión directa con un espacio o personas reales. Sería más o menos un estado final hipotético de la alegoría de Aira con la que empezamos este artículo. Las imágenes ya no serían percibidas, es decir, no serían fruto de una experiencia sensible, sino, predichas, imaginadas y confeccionadas. No es casual que su origen sea mayoritariamente textual, aunque siempre hay la posibilidad de realizar diálogo entre otras imágenes.

Las implicaciones de despojar a la imagen de sus componentes rituales en la percepción y representación, implica una desmitificación del proceso creativo, como ya lo anticipó Manovich, esto tal vez podría significar a la larga, los últimos clavos en el ataúd de las artes elevadas y sus procesos de producción, debemos prestar atención a esto porque indica la relevancia crucial que va teniendo la cultura popular en la generación de innovaciones visuales, algo que antes era atribuible sobre al tipo de arte mencionado anteriormente.

Por otro lado, esto también representa un problema ético y estético. Por un lado, es aún ambigua la lógica de autoría de una imagen IA, así como pendientes están algunas regulaciones que eviten su uso en campañas publicitarias o propagandísticas basadas en noticias falsas. Además, deriva en una avalancha de imágenes plagadas de estereotipos visuales y estilos visuales descontextualizados que, por ahora, no enriquecen o innovan, pero sí sorprenden y extrañan. El potencial de darle la vuelta a estos sesgos, sin embargo, está en la misma naturaleza de la herramienta.

Por ende, esto no quita que las herramientas de IA tengan el potencial de lograr lo contrario de lo antes mencionado, superar los estereotipos, cuestionarlos, y lograr crear estilos visuales innovadores. En este caso, y respondiendo finalmente al cuestionamiento de la autoría, se debe asumir sin duda, que los creadores que tomen el reto de la creación de imágenes a futuro, sean los que firmen la obra o diseño aunque sean generadas por redes neuronales, su creatividad radicará en destrezas no técnicas, sino estratégicas, la mecánica de su creatividad podría ser la de trazar mapas, intuir y probar nuevos métodos de producción, no solo *prompts*. Es posible que, para que esto suceda, sea cuestión de tiempo.

Notas

1. Esta nota fue publicada en The New York Times, escrito por Lesly Katz, 13 de noviembre de 2024.

Referencias bibliográficas

- Flusser, V. (2000). *Hacia una filosofía de la fotografía*. Editorial Trillas.
- Haraway, D. (1991). *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*. En *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature* (pp. 149–181). Routledge.
- Manovich, L. (2018). *AI Aesthetics*. Strelka Press.
- Baker, G. (2009). *The photograph as a political object*. The MIT Press.
- Schmid, J. (2010). *Postphotography: A history of the future of photography*. Sternberg Press.
- Fontcuberta, J. (2006). *Messa*. Museo de Arte Moderno de Bogotá.
- Fontcuberta, J. (2010). *Pandora's Camera: Fotografía y veracidad*. Actar.
- Prada, J. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. Akal.
- Costa Sánchez, C. (2013). *Estrategias de comunicación multimedia*.
- Aira, C. (2012) *A Brick Wall*. Del Centro.
- Berger, J. (2008). *Ways of seeing*. Penguin uK.
- Sontag, S. (1981). *Ensayos sobre fotografía* (Vol. 2). Rio de Janeiro: Arbor.
- Benjamin, W. (2024). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ediciones Godot.
- Manovich, L. (2022). AI and Myths of Creativity. *Architectural design*, 92(3), 60-65.
- Baudrillard, J. (2024). *Cultura y simulacro*. Editorial Kairós.

Abstract: Artificial intelligence is transforming the creation, perception and function of images in contemporary society. AI presents itself as a disruptive force that, by generating images from data, redefines the concept of visual representation, reconfiguring its relationship to reality and ushering in an era of algorithmic interpretations.

This phenomenon can be understood with the concept of post-photography, where images are no longer faithful reflections of the world, but hybrid cultural artefacts. In this sense, associated challenges and issues arise: from the perpetuation of social and cultural biases in the data that algorithms train, to the ethical and aesthetic implications of the loss of rituality in creative processes. The role of contemporary creators and their strategic and critical skills in maximising the innovative potential of AI are some of the key elements that challenge these challenges.

Keywords: Aesthetics - Artificial intelligence - Post-photography - Visual representation - Creative processes - Authorship - Cultural biases

Resumo: A inteligência artificial está transformando a criação, a percepção e a função das imagens na sociedade contemporânea. A IA se apresenta como uma força disruptiva que, ao gerar imagens a partir de dados, redefine o conceito de representação visual, reconfigurando sua relação com a realidade e dando início a uma era de interpretações algorítmicas. Esse fenômeno pode ser entendido com o conceito de pós-fotografia, em que as imagens não são mais reflexos fiéis do mundo, mas artefatos culturais híbridos. Nesse sentido, surgem desafios e problemas associados: desde a perpetuação de preconceitos sociais e culturais nos dados que os algoritmos treinam até as implicações éticas e estéticas da perda da ritualidade nos processos criativos. O papel dos criadores contemporâneos e suas habilidades estratégicas e críticas para maximizar o potencial inovador da IA são alguns dos principais elementos que desafiam esses desafios.

Palavras-chave: Estética - Inteligência artificial - Pós-fotografia - Representação visual - Processos criativos - Autoria - Vieses culturais
