

# Creatividad artificial

**Reconocer la creatividad en todo, aprender de ella y combinar las habilidades humanas, tales como la iniciativa, intención, intuición e improvisación, con las cualidades de procesamiento de información de la IA, podría ser la clave para liberar nuestro propio potencial creativo.**

## Breve historia de la creatividad

La palabra creatividad ha tenido un recorrido sorprendentemente corto en el vocabulario del español. De hecho, fue en 1983 cuando se incluyó por primera vez en el Diccionario Manual de la Real Academia Española. Aunque se han encontrado registros de la palabra en *corpus* desde principios del siglo XX, la verdad es que hasta 1974 su uso y frecuencia eran muy escasos. Según mi consulta más reciente, apenas se han encontrado 46 casos en 16 documentos (2023).

Sin embargo, esta demora en la aparición del término no es exclusiva del español. Su oficialización como entrada en un diccionario se remonta a 1875, cuando se incluyó *creativity* en el Oxford English Dictionary. Posteriormente, *créativité* y *creatividad* se sumaron al léxico de los diccionarios de francés y español, apareciendo en el Petit Robert en 1970 y en el Diccionario Manual e Ilustrado de la Lengua Española (DMRAE) en 1983, respectivamente. Hoy en día, si buscamos en el diccionario la palabra creatividad encontraremos que significa la capacidad o facilidad para inventar o crear.

## La creatividad es la colisión y combinación constante entre el cerebro, el cuerpo, el contexto y la cultura

Para Mihály Csíkszentmihályi, psicólogo húngaroestadounidense que se destacó por su trabajo acerca de la felicidad, la creatividad, el bienestar subjetivo, la diversión, y la Teoría del Flujo, la creatividad es cualquier acto, idea o producto que cambia un dominio ya existente o lo transforma en uno nuevo (1998). En cambio, para Steve Jobs, según una entrevista que le realizó la revista *WIRED* en febrero de 1996: “La creatividad es simplemente conectar cosas.” Mientras que, para Natalie Nixon (2020), estratega de la creatividad que asesora a los líderes sobre cómo lograr resultados comerciales transformadores. La creatividad es “nuestra capacidad de alternar entre el asombro y el rigor para resolver problemas y generar valor novedoso”.

## La creatividad como regla o cualidad universal

No es que esté en desacuerdo con las definiciones anteriores, es solo que me gustaría dejar de lado nuestros prejuicios antropocéntricos y darnos cuenta de que muchas de las cosas que creemos propiedad innata de los humanos, no son exclusivas de nosotros y la creatividad es una de ellas.

Si bien, la creatividad es a menudo considerada como un rasgo exclusivo de los seres humanos, un producto de nuestra psicología y de nuestras ideas, esta visión es un acto de arrogancia que puede limitar nuestra capacidad para ser verdaderamente creativos. Es por ello que, desde mi experiencia y perspectiva, la creatividad es la colisión y combinación constante entre el cerebro, el cuerpo, el contexto y la cultura. La creatividad no es algo que comienza y termina con nosotros. Con frecuencia se nos olvida que estamos inmersos en un vasto e infinito mar de creatividad en constante evolución. Todo en todas partes está en constante movimiento, transformación, mutación, emergencia y desaparición. Incluso nosotros mismos estamos en un estado dinámico constante. Nada es igual de un momento a otro y cada repetición o iteración trae consigo una diferencia.

Aunque no todo cambia radicalmente de un momento a otro, el cambio y la aparición de la novedad, por mínima que sea, son características fundamentales de la realidad. En todos sus aspectos, la realidad es creativa. Desde la formación de galaxias hasta la evolución de las especies, la creatividad está presente en todas partes.

Así que, en lugar de limitarnos a nuestras propias ideas y ponernos al centro de todo, debemos aprender a reconocer y apreciar la creatividad que nos rodea. Solo entonces, podremos realmente liberar nuestro verdadero potencial creativo y contribuir al constante flujo universal al que pertenecemos. En pocas palabras, no somos creativos porque somos humanos, somos creativos porque estamos inmersos en un universo y una realidad que son creativos en todos los niveles. Piensa en lo siguiente: mientras lees esto, nuevos sistemas solares se están formando (nivel macro), millones de células en tu cuerpo se están regenerando (nivel micro). De tal forma que, en cualquier nivel que pongamos atención, la creatividad está sucediendo e incluso sin la intervención de ningún ser humano.

Esto significa que, si estos fenómenos ocurren con o sin nuestra ayuda, lo que nos toca entonces es desarrollar la participación hábil y la colaboración con estos sistemas dinámicos y fenómenos emergentes que con el tiempo pueden convertirse en la base de las prácticas creativas humanas. Y son justo estos hallazgos los que incitan a afirmar que la creatividad humana es, ante todo, un proceso de sintonía activa y compromiso experimental con eventos complejos de la creatividad preexistente.

## **¿Por qué creatividad artificial?**

Planteado este contexto, vayamos ahora a la definición de inteligencia artificial (IA). En términos simples, la IA es un proceso que implica enseñar a las máquinas a desempeñar labores complejas que hasta ahora sólo podían hacer los humanos. ¿Por qué entonces nos sorprende que trate de emular el acto creativo? Si como ya revisamos, la creatividad es una habilidad propia del humano y del entorno.

Por supuesto que aún hay mucho que revisar en términos legales sobre lo que la IA está provocando en el ámbito artístico, creativo y en todas las aristas de la actividad humana. Sin embargo, no podemos dejar de lado que en términos estrictos y de acuerdo con la definición anteriormente revisada de la palabra creatividad, es un hecho que la IA está mostrando señales creativas.

Es justo por esta razón que, desde mi perspectiva, el término correcto para describir tal fenómeno es «creatividad artificial». Primero, porque nos ayuda a diferenciarla de la creatividad natural (o a la creatividad humana) y segundo, porque de esta forma, podremos verla realmente como una herramienta de expansión de nuestra propia creatividad. En efecto, en medio de tanto ruido, es fácil atemorizarnos, no solo por las especulaciones y pronósticos del futuro de la IA, sino por las consecuencias y daños que está provocando en el presente.

Lo dicho hasta aquí supone que hemos cruzado una línea, ya que al parecer por primera vez hemos creado una herramienta con el potencial de crear sus propias herramientas. No obstante, es justo eso lo que

representa nuevas oportunidades para el ser humano. Durante siglos, hemos intentado antropomorfizar<sup>1</sup> la tecnología, sin darnos cuenta de que este proceso no solo ha sido unidireccional, sino que, en la misma proporción, la tecnología ha provocado en nosotros un proceso de mecanomorfismo (1948). Lo que quiere decir, que nos guste o no, ha habido una atribución y transferencia de características mecánicas y maquinales hacia nuestro comportamiento humano.

## **Creatividad humana + creatividad artificial**

¿Qué pasaría si aceptamos el proceso de antropomorfización y mecanomorfización como un proceso bidireccional en el que máquinas y humanos resultamos beneficiados? Para responder, quizás lo primero es permitirnos hacer una pausa y entender cuáles son las habilidades que sin importar lo avanzada que esté la IA o, incluso, sin importar que el sueño de los magnates tecnológicos sobre crear una inteligencia artificial fuerte (IAF) o una inteligencia artificial general (IAG), se vuelva realidad.

Hasta ahora, en la práctica, tanto como consultora y profesora, he encontrado cuatro habilidades que pueden ayudarnos a convivir, coexistir y cocrear con la IA. Dichas habilidades son:

- **Iniciativa.** Hoy en día, cualquier ejemplo que mostremos sobre el uso de la IA, sobre todo en las industrias creativas, nos permite darnos cuenta de que la IA no posee iniciativa propia, necesita una instrucción. La IA no tiene deseos, motivaciones ni una perspectiva subjetiva del mundo. No puede establecer sus propias metas ni tomar acciones sin que se le indique específicamente qué hacer.
- **Intención.** Es la fuerza impulsora de los seres humanos. Nosotros, como individuos conscientes, tenemos metas y objetivos que dan dirección y significado a nuestras vidas. La intención o el propósito nos motiva a trabajar arduamente, a superar obstáculos y a perseguir nuestros sueños. Es un motor interno que nos impulsa a tomar decisiones y a actuar de manera coherente con nuestros valores y aspiraciones. Al combinar el poder de la IA con nuestra capacidad de perseguir un propósito significativo, podemos aprovechar al máximo su potencial y asegurarnos de que su desarrollo esté alineado con nuestros valores y objetivos humanos.
- **Intuición.** Es esa sensación interna que nos permite tomar decisiones rápidas basadas en nuestra experiencia, conocimientos y emociones. Es una combinación de pensamiento consciente e inconsciente que nos guía en la resolución de problemas complejos y nos ayuda a encontrar soluciones creativas en situaciones ambiguas o inciertas. La intuición nos permite captar información implícita, identificar patrones y confiar en nuestro juicio sin depender únicamente de datos objetivos. De este modo, la intuición nos permite conectar ideas de manera inesperada y encontrar soluciones novedosas a problemas complejos. La IA, por otro lado, se basa en patrones preexistentes y datos históricos para generar resultados, lo que limita su capacidad para pensar de manera creativa fuera de los límites de su programación.
- **Improvisación.** Es el resultado de nuestra capacidad para combinar experiencias pasadas, conocimientos adquiridos y habilidades cognitivas en el momento presente. Nos permite pensar rápidamente, tomar decisiones sobre la marcha y encontrar soluciones innovadoras cuando nos enfrentamos a desafíos imprevistos. La improvisación involucra una combinación única de intuición, creatividad y adaptabilidad. Estos aspectos no están presentes en la IA, que opera principalmente en función de datos y algoritmos.

# La creatividad es una habilidad propia del humano y del entorno

Posiblemente, si nos enfocamos en estas y otras habilidades humanas, la IA se convertiría realmente en un

valioso aliado en nuestro camino hacia la innovación y el progreso, aportando su capacidad de predicción y síntesis, mientras que nosotros aportamos la dirección, la intuición y el conocimiento humano que no solo complementa, sino que guía y dirige su labor.

Chris Anderson (2009) decía en su libro *Gratis: El futuro de un precio radical* que “la nueva abundancia genera escasez”. Si adaptamos esta frase al presente podemos inferir que existe una posibilidad de que la abundancia de IA provoque escasez de creatividad humana, sin embargo, estamos a tiempo de impedir que esto ocurra y, por el contrario, realmente usar la creatividad artificial para potenciar nuestra capacidad de creación y empujarla más allá de nuestros propios límites.

Pablo Picasso tenía mucha razón cuando declaró que “las máquinas (ordenadores) eran inútiles porque solo podían darnos respuestas”. Lo que me lleva a sintetizar por ahora que la creatividad artificial está para generar respuestas, mientras que la creatividad humana está para hacer cada vez más y mejores preguntas.

**Aguas, RH.:** “Mechanomorphism: a new term for an old mode of thought” en *Psychological Review*, 1948. Disponible en: <https://doi.org/10.1037/h0058952>

**Anderson, C.** (2009): *Gratis: El futuro de un precio radical*. Argentina, Tendencias Editores. ISBN 9788493696108.

**Csikszentmihalyi, M.** (1998): *Creatividad el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona, Ediciones Paidós. ISBN 9788449305108.

**Nixon, N.** (2020): *Creativity Leap: Unleash Curiosity, Improvisation, and Intuition at Work*. Berrett-Koehler Publishers, Incorporated. ISBN 9781523088256.

**Real Academia Española:** *Banco de datos del español* en Real Academia Española. [s. f.]. Disponible en: <http://corpus.rae.es/cgi-bin/crpsrvEx.dll?MfcISAPICommand=buscar&tradQuery=1&destino=1&texto=creatividad&autor=&titulo=&ano1=&ano2=&medio=1000&pais=1000&tema=1000>

**Wolf, G.:** «Steve Jobs: The Next Insanely Great Thing» en *WIRED*, 1996. Disponible en: <https://www.wired.com/1996/02/jobs-2/>