

La deshumanización del arte: inteligencia artificial y ética corporativa

The dehumanization of art: artificial intelligence and corporate ethics

Laura García-Huguet
Universitat Jaume I

Magdalena Mut-Camacho
Universitat Jaume I

Referencia de este artículo

García-Huguet, Laura y Mut-Camacho, Magdalena (2024). La deshumanización del arte: inteligencia artificial y ética corporativa. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n°28. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Comunicación, 329-334.

La inteligencia artificial (IA) ha supuesto una disrupción incomparable con cualquier otro avance tecnológico que, si bien otros también fueron importantes revoluciones, nunca fueron tan vertiginosas. En consecuencia, su adaptación en la sociedad ha sido tan súbita que, tal vez, no se haya amoldado con la cautela que requiere una tecnología tan quebrantadora.

De momento, esta inquietud está encontrando su eco en los gobiernos. El Parlamento Europeo creó en 2023 la primera normativa reguladora sobre un uso correcto y ético de la IA. En ella se regula su empleo transparente, trazable, no discriminatorio y respetuoso con el medio ambiente.

La IA se ha convertido en una disciplina clave en diversos ámbitos como la medicina, la educación y la industria. Sin embargo, su aplicación plantea interrogantes éticos que deben ser abordados. En este trabajo exploramos la relación entre

ética e IA a través de ejemplos reales sobre diseño artístico y el debate que han generado. El análisis nos lleva a concluir que nos hallamos ante importantes desafíos que surgen en su desarrollo y aplicación, así como las implicaciones éticas que deben ser consideradas a la hora de usarla. Asimismo, examinaremos la importancia de la ética en el contexto de la comunicación corporativa, subrayando cómo pueden contribuir las organizaciones a un uso responsable y beneficioso de esta tecnología.

Es fundamental establecer un marco ético sólido para guiar las decisiones relacionadas con la inteligencia artificial, considerando la protección de los derechos fundamentales de las personas y la equidad en el acceso y uso de esta tecnología. Además, se señala que la inteligencia artificial en el ámbito laboral genera inquietudes éticas, especialmente en términos de protección de los derechos de las personas trabajadoras, y el riesgo de discriminación en los procesos de selección de personal. Se destaca la necesidad de establecer salvaguardas éticas y legales para mitigar estos riesgos (Guaña-Moya y Chipuxi-Fajardo, 2023).

No cabe duda de que la IA ha influenciado el mundo del arte generando muchos debates éticos y estéticos a su alrededor. Nos encontramos con áreas críticas como la privacidad y la protección de datos, el sesgo algorítmico en la creación artística, así como la responsabilidad y autoría en la producción artística generada por IA. En el centro de dichos debates se sitúan diversas empresas, artistas y administraciones públicas que, tras la publicación de imágenes generadas por IA en medios sociales como X (antes Twitter) han ocupado los primeros puestos en tendencias, incrementando, de este modo, la visibilización de la crítica.

Recientes controversias las encontramos, por un lado, con el ejemplo del grupo musical Estopa, quien anunció, primeramente, un nuevo single junto a la imagen promocional, que de inmediato fue identificada por las audiencias como producida por una IA en tanto a incongruentes errores de diseño. Esto conllevaría a que tanto el término «Estopa» como «La IA» se convirtieran en *Trending Topic*.

El día siguiente, el grupo anunció su nuevo disco, junto a la foto de portada, alegando que fue elaborada por el ilustrador con el que siempre han trabajado: una representación basada en el estilo flamenco de El Bosco, que también se acusó de haber sido producida por IA. En el mismo post, los hermanos se disculparon al desconocer sus consecuencias para la ilustración y, para solventar las polémicas, días más tarde publicaron una carta del ilustrador, quien afirmó haberla utilizado por su desconocimiento de las habilidades para desarrollar correctamente dicho estilo artístico.

Por otro lado, el Ministerio de Juventud e Infancia, pero también por parte de ciertas ministras y ministros, se difundió una campaña para celebrar el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, en cuyas imágenes se podían observar protagonistas de los clásicos de Disney ejerciendo profesiones científicas. Y, del

mismo modo que con el ejemplo previo, los posts se llenaron de críticas por el uso de la IA generativa, lo que conllevó a que el ministerio decidiese eliminar los posts y pedir disculpas al sector del diseño, mostrando la predisposición gubernamental a la regulación de estas tecnologías.

En el mundo digital, especialmente caracterizado por lo efímero, el ojo no observa minuciosamente las imágenes, por lo que es relativamente sencillo no distinguir, a primera vista, cuándo una imagen ha sido generada por IA o se trata de una creación humana, aunque también es de aplicación al plano físico. El detalle manifiesta la falta de *sentido común* inherente al ser humano (Cortina, 2019). Sentido del que carecen los productos de estas tecnologías generativas, pudiendo vislumbrar, por ejemplo, figuras antropomórficas o estudios de animación de reconocido prestigio, incoherencia compositiva, la perpetuación del *horror vacui* sin motivación alguna, etc. En definitiva, productos «deshumanizados» que, mayoritariamente y cada vez más, sólo pueden ser identificados como tal por las personas con ciertos conocimientos artísticos, pues cada vez las herramientas están perfeccionando sus técnicas con la contribución humana.

Los fundamentos de dichas desaprobaciones pueden resumirse en los postulados del manifiesto de la Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (FADIP) que, en su calidad representativa de las profesionales de la ilustración, muestra su contrariedad al uso corporativo de la IA generativa en tanto que no sea adecuadamente regulado y por lo que, hasta ese momento, no podrá considerarse como ético.

Así, se demanda que las distintas tecnologías entrenadas a partir de obras sin el consentimiento de sus autorías se entrenen con su previa autorización, en consonancia con la legislación sobre la Propiedad Intelectual. Una vez generado el producto, al que no consideran como «obra», debería citarse la autoría, por lo que, finalmente, se exige una legislación que, retroactivamente, amoneste económicamente a aquellas corporaciones que hayan hecho un uso deshonesto de dichas tecnologías a compensar los daños al sector de la ilustración con las ganancias percibidas con éstas.

El Grupo Independiente de Expertos de Alto Nivel sobre IA (Comisión Europea, 2019: 5), apunta que su empleo debe centrarse en las personas, fundamentándose «en el compromiso de utilizarlos al servicio de la humanidad y el bien común» y, para que la fiabilidad hacia ésta por parte de la sociedad sea real y efectiva, una cuestión esencial para su aceptación, debe ser: lícita, que obedezca todas las jurisdicciones aplicables; robusta, con el fin de evitar posibles daños; y ética, constituyéndose como un fundamento para que sea observada desde el beneficio y la protección de la prosperidad, tanto a nivel individual como para el conjunto de la sociedad.

Por tanto, para que sea confiable, en todos sus procesos se debe atender a los siguientes principios éticos: 1) el respeto a la autonomía humana, asegurando su libertad, sin coacción o manipulación; 2) la prevención del daño, considerando las posibles damnificaciones a ciertas colectividades; 3) la equidad, evitando sesgos o engaños e impulsando la igualdad de oportunidades y 4) la explicabilidad, esto es, la transparencia en la finalidad de los sistemas y de su uso a las partes afectadas, tanto directa como indirectamente (ibid.: 14-16).

Y, como dichos principios no pueden asegurar un uso honesto de estas herramientas, las cuestiones éticas relacionadas con la IA sólo pueden ser abordadas bajo un marco regulatorio «efectivo, global y con visión de futuro que refleje los principios y valores de la Unión», en el que se consideren todos los intereses y las consecuencias que pueda ocasionar en la sociedad, en el que se garantice su servitud a las personas y no su sustitución, y en el que se sustente la confiabilidad hacia ésta por parte de la ciudadanía para perseguir el bien común (Parlamento Europeo, 2020: 5-7), pues únicamente con la fiabilidad se podrá conseguir el liderazgo europeo en estas tecnologías, por lo que la ética, en el núcleo de su uso, es la ventaja competitiva precisa para ello (Cortina, 2019).

La Ley de Inteligencia Artificial ha sido recientemente aprobada por el Parlamento Europeo, considerándose como la primera norma integral sobre esta tecnología a nivel mundial. En ésta, se establecen cuatro niveles de riesgo por el que se clasifican estos sistemas: inaceptable, alto, limitado o mínimo. En el caso que nos ocupa, la IA generativa se clasifica como de riesgo limitado, en tanto a la falta de transparencia sobre su uso, por lo que se demanda el cumplimiento de «ciertos requisitos de transparencia, incluido el cumplimiento de la ley de derechos de autor de la UE y la publicación de resúmenes detallados del contenido utilizado para el entretenimiento», esto es, en base a qué obras ha sido entrenado (Parlamento Europeo, 2024a; 2024b; Comisión Europea, 2024).

Comunicación corporativa e IA

El uso de la IA en la empresa ofrece funciones diferenciadas: incrustada en dispositivos (robots autónomos, almacenamiento o montaje, drones de vigilancia de producción, manipulación de paquetes) o usada en sus procesos informáticos (chatbots, asistentes virtuales, reconocimiento facial o de voz, traducción automatizada, comunicación, generación de contenidos audiovisuales).

Una investigación solicitada por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (2023) sobre el uso de la IA en empresas mostró que un 11.8% de las organizaciones españolas está utilizando esta tecnología como herramienta, sobre todo, para la automatización de flujos de trabajo, ayuda en la toma de decisiones y para identificar objetos o personas en función de imágenes. El informe

concluye que la adopción de la IA en las compañías españolas sigue avanzando, aunque su uso aún continúa siendo minoritario.

En los procesos informáticos del ámbito corporativo, un mal empleo de la IA no sólo puede significar un riesgo reputacional, sino que también puede traer consecuencias no deseadas para ciertos *stakeholders*, de acuerdo con PwC España y OdiseIA (2019). Y, mientras haya personas damnificadas por ello, o mientras se incumplan legislaciones vigentes como las mencionadas, será un mal uso y, por tanto, no podrá considerarse como ético.

La decisión de prescindir de su uso no debe configurarse con la finalidad de evitar riesgos reputacionales, sino que debe partir del propio ethos corporativo, de su compromiso para con la sociedad civil, de la pretensión de evitar posibles perjuicios. Por eso, tampoco debe configurarse el rechazo a su utilización como un recurso moral intrínseco de la organización y utilizado estratégicamente, pues es *lo que se debe hacer*, lo que se ha estado haciendo hasta ahora. La audiencia no espera menos.

Porque, además, la instrumentalización de los recursos morales, en palabras de García-Marzá (2023: 28-29), que significan el capital ético de una entidad (Cortina, 1998 *ap. ídem*), no funciona en tanto se reconozca su uso estratégico y oportunista, por lo que «ni se pueden ni se deben tocar». El compromiso con la colectividad artística, por tanto, no debe comunicarse, sino demostrarse; esto es, el *saber hacer*, considerándose como valor intrínseco de la cultura corporativa, frente al *hacer saber*, comunicarlo oportunistamente; en definitiva: *lo que hace* frente a *lo que dice que hace* (Capriotti, 2009), contando con ella en cada uno de los instantes en los que se precise un diseño y reconociendo la autoría, prescindiendo del uso de la IA generativa o bien siendo transparentes en su uso, de acuerdo con la legislación mencionada fomentando, de este modo, la confianza. El beneficio será, entonces, mutuo.

Referencias

Capriotti, Paul (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Chile: Andros Impresores.

Comisión Europea (2024). *Ley de IA*. Consultado el 15 de marzo de 2024 en <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/regulatory-framework-ai>

Comisión Europea. Dirección General de Redes de comunicación, Contenido y Tecnologías (2019). *Directrices éticas para una IA fiable*. Oficina de Publicaciones. Consultado el 11 de marzo de 2024 en <https://data.europa.eu/doi/10.2759/14078>

Cortina-Orts, Adela (2019). Ética de la Inteligencia Artificial. En: *Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas* (pp. 379-394). Ministerio de Justicia.

Consultado el 5 de marzo de 2024 en https://www.boe.es/biblioteca_juridica/anuarios_derecho/articulo.php?id=ANU-M-2019-10037900394

FADIP, Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (20 de febrero de 2024). *Manifiesto en materia de vulneración de derechos de autoría por parte de las inteligencias artificiales generativas*. Consultado el 8 de marzo de 2024 en <http://www.fadip.org/>

García-Marzá, Domingo (2023). Ética y reputación. La gestión de la confianza en la empresa. En: Domingo García-Marzá, José Javier Marzal-Felici y Francisco Fernández-Beltrán (eds.) *Justo Villafaña Gallego: racionalidad y pasión más allá de los intangibles: libro homenaje*. Castelló de la Plana: Servei de Comunicació i Publicacions Universitat Jaume I.

Guaña-Moya, Javier y Chipuxi-Fajardo, Luis (2023). Impacto de la inteligencia artificial en la ética y privacidad de los datos. En: *RECIAMUC*, Vol. 7, n°1. DOI: <https://doi.org/10.26820/reciamuc/7.1.enero.2023.923-930>

Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (2023). *Uso de inteligencia artificial y big data en las empresas españolas*. Consultado el 18 de marzo de 2024 en https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2023-02/Brújula_IA_Big_data_2023.pdf

Parlamento Europeo (2020). *Marco de los aspectos éticos de la inteligencia artificial, la robótica y las tecnologías conexas*. Consultado el 11 de marzo de 2024 en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52020IP0275>

Parlamento Europeo (2024a). *Artificial Intelligence Act: MEPs adopt landmark law*. Consultado el 15 de marzo de 2024 en <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240308IPR19015/artificial-intelligence-act-meps-adopt-landmark-law>

Parlamento Europeo (2024b). *Ley de IA de la UE: primera normativa sobre inteligencia artificial*. Consultado el 15 de marzo de 2024 en <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20230601STO93804/ley-de-ia-de-la-ue-primer-normativa-sobre-inteligencia-artificial>

PwC España y OdiseIA (2019). *GuIA de buenas prácticas en el uso de la inteligencia artificial ética*. Consultado el 18 de marzo de 2024 en <https://www.pwc.es/es/publicaciones/tecnologia/odiseia-pwc-guia-responsable-ia.html>