

# FOTOGRAFÍA, IMAGEN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

*[ Del daguerrotipo  
a la era de los algoritmos ]*



Editores:  
**Luis Roberto Rivera Aguilera**  
**Juan Miguel Sánchez Vigil**

Coordinadores:  
**Julio César Rivera Aguilera**  
**María Olivera Zaldúa**



Universidad Autónoma  
de San Luis Potosí



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

# FOTOGRAFÍA, IMAGEN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

[ *Del daguerrotipo  
a la era de los algoritmos* ]



**UASLP**  
Universidad Autónoma  
de San Luis Potosí



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

Editores:

Luis Roberto Rivera Aguilera  
Juan Miguel Sánchez Vigil

Coordinadores:

Julio César Rivera Aguilera  
María Olivera Zaldúa

Rivera Aguilera, Luis Roberto y Sánchez Vigil, Juan Miguel (editores). Fotografía, imagen e inteligencia artificial : del daguerrotipo a la era de los algoritmos / Luis Roberto Rivera Aguilera y Juan Miguel Sánchez Vigil, editores; Julio César Rivera Aguilera y María Olivera Zaldúa, coordinadores. San Luis Potosí : Universidad Autónoma de San Luis Potosí : Universidad Complutense de Madrid, 2025.

168 p.

ISBN: 978-607-535-501-6

1.Fotografía digital. 2.Inteligencia artificial. 3.Cultura visual. 4.Algoritmos generativos. 5.Alfabetización visual. I.Sánchez Vigil, Juan Miguel. II.Rivera Aguilera, Julio César. III.Olivera Zaldúa, María. CDD 771.4 R5. F6

### **Fotografía, imagen e inteligencia artificial: del daguerrotipo a la era de los algoritmos.**

Derechos reservados por:

Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)

Universidad Complutense de Madrid (España)

Editores:

Luis Roberto Rivera Aguilera

Juan Miguel Sánchez Vigil

Coordinadores:

Julio César Rivera Aguilera

María Olivera Zaldúa

Diseño editorial:

Alejandro Espericueta Bravo

**ISBN: 978-607-535-501-6**

Publicación dictaminada.

Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser reproducida en todo ni en parte, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma y medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, por fotocopia o cualquier otro, sin permiso del autor.

Pág. 5

## Introducción

Pág. 11

## Prólogo

### CAPÍTULO 1

pág. 15

#### *Inteligencia artificial y bancos de imágenes.*

#### *Actuaciones y políticas*

Juan Miguel Sánchez Vigil

Grupo de Investigación Fotodoc

Universidad Complutense de Madrid

### CAPÍTULO 2

pág. 27

#### *De grano, pixeles y algoritmos: ser letrad@ visual en la era de la fotografía con IA*

Elke Köppen

Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y

Humanidades, UNAM

### CAPÍTULO 3

pág. 41

#### *Bibliografía sobre fotografía e inteligencia artificial. Referencias para un estado de la cuestión*

María Olivera Zaldúa

Grupo de Investigación Fotodoc

Universidad Complutense de Madrid

### CAPÍTULO 4

pág. 57

#### *Fotografía, inteligencia artificial y esfera pública: entre la desinformación y la memoria digital.*

#### *Consideraciones y reflexiones*

Julio César Rivera Aguilera; Guadalupe Patricia

Ramos Fandiño

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

### CAPÍTULO 5

pág. 69

#### *Reflexiones sobre la ética de las imágenes en la era de la inteligencia artificial*

Alicia Parras Parras

Grupo de Investigación Fotodoc

Universidad Complutense de Madrid

### CAPÍTULO 6

pág. 81

#### *El movimiento del cuerpo humano, surgimiento y manejo con AI generativa (GenAI)*

Claudia Ramírez Martínez

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

**CAPÍTULO 7**  
pág. 99

***La creación de imágenes con inteligencia artificial:  
una comparativa de softwares***

Lara Nebreda Martín  
Grupo de Investigación Fotodoc  
Universidad Complutense de Madrid

**CAPÍTULO 8**  
pág. 117

***Cuando la IA pregunta se convierte en el aliado del  
guionista que crea***

Raquel Espinosa Castañeda  
Facultad de Ciencias de la Comunicación, UASLP

**CAPÍTULO 9**  
pág. 139

***Contexto de la descripción documental de imágenes  
digitales mediante IA***

Luis Roberto Rivera Aguilera  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
Jonathan Ojeda Gutiérrez  
Escuela Normal No. 4 de Nezahualcóyotl

**CAPÍTULO 10**  
pág. 155

***Fotografía vs Inteligencia artificial. Reflexiones***

Alejandro Espericueta Bravo  
Sociedad Mexicana de Fotógrafos Profesionales;  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Pág. 165

***Sobre los autores***



# *Cuando la IA pregunta se convierte en el aliado del guionista que crea*

---

**Raquel Espinosa Castañeda**  
**Universidad Autónoma de San Luis Potosí.**  
*raquel.espinosa@uaslp.mx*

## **Resumen**

El presente capítulo analiza el impacto de la inteligencia artificial (IA) en la creación de contenido audiovisual, centrándose en su uso como herramienta de apoyo para la escritura de guiones. El planteamiento del problema principal es determinar si la IA es un sustituto o una herramienta de apoyo para el pensamiento creativo humano. Para ello se explora la percepción de los estudiantes universitarios ante la similitud en los resultados generados por *ChatGPT* al introducir todos, la misma instrucción. La metodología siguió un estudio cualitativo con un diseño longitudinal exploratorio-descriptivo, recopilando datos en 2023 y 2024 de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UASLP. Los instrumentos utilizados incluyeron la generación de guiones con *ChatGPT* (todos los participantes utilizando un mismo *prompt*), la creación de guiones con *ChatGPT* como tutor que pregunta para crear, y

la observación de resultados visuales generados por Imagine.art. También se emplearon cuestionarios semiestructurados para evaluar las percepciones de los estudiantes. Los principales resultados revelan que *ChatGPT* produce respuestas con estructuras recurrentes y alta similitud al recibir la misma instrucción, aunque las percepciones estudiantiles variaron en detalle. En síntesis, el estudio concluye que la IA funciona como un aliado que potencia la producción creativa, no como un sustituto de la intervención humana.

**Palabras clave:** Inteligencia Artificial, Creatividad audiovisual, Escritura de guion, Pensamiento Creativo.

## 1. Introducción

El avance de la inteligencia artificial (IA) ha transformado la forma en que los creadores de contenido abordan el proceso creativo. En el ámbito audiovisual, herramientas como *ChatGPT* han sido empleadas para la escritura de guiones, la estructuración de ideas y la asistencia en la construcción de personajes y escenas. Sin embargo, su papel en la creatividad sigue siendo un tema de debate. ¿La IA puede ser considerada un sustituto del pensamiento creativo humano o es simplemente una herramienta de apoyo?

Este capítulo centra su estudio en el análisis de la percepción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, respecto a la similitud de los resultados generados por *ChatGPT* cuando se introduce la misma instrucción. A través de una metodología cualitativa, se implementaron tres fases: generación de un guion con un mismo *prompt*, creación de un guion con la IA como tutor, y, observación de los resultados visuales generados con herramientas basadas en IA. Los hallazgos permiten reflexionar sobre los alcances y limitaciones de estas tecnologías como aliado o sustituto en el proceso creativo, así como su impacto en la percepción de originalidad y creatividad en la era digital

## 2. La IA y la escritura creativa: ¿aliado o sustituto?

### Creatividad humana vs creatividad artificial

Explorando la definición del concepto creatividad, se observa que la Real Academia Española la define como la “facultad de crear” y/o la “capacidad de creación” (RAE, 2025). Esta capacidad o facultad de crear en el área de las expresiones artísticas como la fotografía, pintura y escultura, se ven reflejadas en obras de arte que pode-

mos denominar textos porque expresan sentimientos, emociones, frustraciones, etc., del artista que las crea y que como audiencias leemos y les damos significado. En otras palabras, como audiencias podemos leer sus pensamientos y emociones materializados en esos textos mediáticos. En relación a ello, Espinosa (2014), expresa que el proceso de crear surge desde el interior del creador, ya sea de manera consciente o inconsciente ya que “el contenido icónico representado en una imagen es el producto creado desde el interior, espacio en el que cada individuo se puede descubrir, expresar y compartir lo mejor de sí mismo mediante la transformación di- chosa de un pensamiento en un contenido plástico y tangible”.

Para Tijus (1988), la creatividad, es un proceso cognitivo del cual se generan ideas nuevas, y la creación es el producto final de ese proceso. Considerando lo anterior, la creatividad implica la capacidad de asociar elementos o ideas que originalmente no estaban asociadas o vinculadas, pero que tenemos en nuestro subconsciente cognitivo, lo cual permite reinterpretar desde perspectivas novedosas. El creciente interés por introducir la tecnología emergente en las actividades de la industria creativa, ha demostrado que las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, “pueden actuar como ayuda a la creatividad al proporcionar nuevos tipos de herramientas” (Elton, 1995). Sin embargo, varios académicos aún cuestionan la posibilidad de que las máquinas compitan con las personas en el esfuerzo creativo. En ese sentido, si vemos a la creatividad como una simple producción de cosas, entonces la producción de textos mediáticos (ya sean poemas, pinturas, piezas musicales o imágenes) no implicaría un proceso. No obstante, Gnezda (2011), menciona que la creatividad es una experiencia cognitiva-emocional-manipulativa accesible a todas las personas. Es cognitiva porque se trata de innovar y desarrollar ideas a través de un proceso mental, es emocional porque se involucran los sentimientos y manipulativa, porque se da a través de la conexión de ideas y de muchas piezas de información (Gnezda, 2011). De tal manera que podemos decir que la creatividad es un proceso humano que realiza complejas operaciones neurológicas y emocionales. Este proceso se da a través de la cognición y la asociación, a diferencia de la IA que arroja resultados a través de la mecanización, en la que reconoce símbolos y analiza estadísticamente su estructura, después aplica principios estéticos y conecta con conocimientos almacenados en su base de datos.

Otros enfoques teóricos, aseguran que desde la óptica de la Inteligencia Artificial Expresiva (IAE), la IA se convierte en “un artefacto construido por los artistas con el fin de comunicar a las audiencias una constelación de ideas y experiencias” (Mateas, 2001). Es decir que la IAE no es solo un sistema que resuelve problemas manipulando símbolos, códigos lógicos o lenguajes formales, como el caso de *ChatGPT*, ni sólo reacciona al ambiente como *Atlas*, el robot humanoide de la empresa *Boston Dynamics* (2025), sino que se convierte en “un artefacto que media entre el autor y la audiencia, permitiendo la comunicación de ideas, significados y experiencias dentro de un contexto cultural específico” (Mateas, 2001).

Abordados desde este enfoque, han surgido ejercicios de creación cultural como el proyecto “The Next Rembrandt” (BBC News, 2016), en el que la IA identificó patrones en las obras de Rembrandt y creó una nueva obra; o el videojuego *IA Dungeon*, que utiliza sistemas de IA basados en lenguaje para generar narrativas interactivas en tiempo real a partir de las elecciones de los usuarios (Mitchell, 2022). Si bien el caso de *IA Dungeon*, parece un sistema creativo, su proceso sigue siendo un sistema de resultados arrojados a través de la mecanización de reconocimiento de símbolos, análisis estadístico y generación de narrativas a partir de conectar principios estéticos y conocimientos almacenados en una base de datos. Respecto a esto, Manyika (2022), se cuestiona el qué significa ser inteligente o creativo, cuando muchas de las características que las definen en los humanos, cada vez más pueden ser imitadas o incluso en un futuro próximo, pueden ser mejor hechas por las máquinas. El autor del estudio expresa que no se trata de competir con las máquinas por hacer mejor las cosas que ellas, sino en utilizarlas como herramientas de apoyo en los procesos creativos. Desde ese punto de vista, el trabajo colaborativo con las máquinas, puede generar nuevas formas de relación laboral.

## 2.2 Breve historia del uso de la IA en la creación artística Siglo XX

Desde sus inicios, a mediados del siglo xx, la inteligencia artificial (IA) ha evolucionado significativamente. En 1950, Alan Turing sentó las bases de la IA introduciendo la prueba que lleva su propio nombre y con la que, desde entonces, se ha querido evaluar si las máquinas son capaces de mostrar inteligencia humana (Kaplan, 2021; Manyika, 2022). Seis años después, en 1956, se llevó a cabo el taller *Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence* organiza-

do por Marvin Minsky y John McCarthy, evento donde se acuñó por primera vez el término "inteligencia artificial" (Kaplan, 2021). Otro aporte importante en el campo de la IA, surgió a mediados de la siguiente década cuando Joseph Weizenbaum en 1966, desarrolló un programa de conversación que simula interacciones humanas llamado ELIZA (Kaplan, 2021), el cual parecía haber pasado la prueba Turing.

Durante los años 80, el papel de la IA en la creatividad comenzó a ser analizado desde un punto de vista artístico. Stephen Wilson, en 1983 exploró la relación entre IA y arte en diferentes obras generadas por computadora. En esa exploración identificó que la IA carece de aspectos del funcionamiento mental humano como tener sentimientos, y que los dispositivos mecánicos son diseñados con una especie de memoria que operan de manera cíclica generando obras de arte. Por ejemplo, las obras audiocinéticas, que responden a variaciones en la intensidad o en la frecuencia del sonido (Wilson, 1983). En 1988, Charles Albert Tijus expone el concepto de "máquinas creativas" en el entendido de que estas pueden emular los procesos cognitivos de los artistas (Tijus, 1988). Sin embargo, Tijus apunta que no es suficiente con simular las actividades periféricas de los artistas, porque la toma de decisiones y la creación misma son la parte central del proceso cognitivo humano.

### Siglo XXI

Adentrándose el siglo XXI, la IA empezó a considerarse como una herramienta para la interacción en mundos virtuales y la narrativa digital. En tal sentido, Michael Mateas introduce el concepto *Expressive AI* (IA expresiva), que fusiona el arte y la tecnología para crear narrativas digitales y mundos virtuales interactivos (Mateas, 2001). Como muestra de ello, diseñó una máquina que crea historias documentales con sesgos ideológicos a la que llamó Terminal Time. Este sistema funcionaba con una proyección en un entorno cinematográfico, en el que los espectadores respondían a través de aplausos a preguntas de opción múltiple. El programa registraba a través de un medidor de aplausos las respuestas para construir narraciones históricas.

Teóricos enfatizan que la creatividad es un proceso inherentemente humano, ya que implica emociones y conexiones de ideas (Gnezda, 2011), lo que se diferencia de la creatividad basada en IA, ya que esta no experimenta emociones, como el ejemplo de

*Terminal Time.* En ese marco, Harvey y Kou (2013) exploran la creatividad colectiva, señalando que esta ocurre cuando los miembros de un grupo estimulan el pensamiento divergente de los demás y entonces sus ideas individuales se integran en la producción creativa del grupo. En consecuencia, la creatividad colectiva sigue dependiendo de factores humanos como las cogniciones del grupo, su dinámica y el entorno en el que se desarrolla (Harvey y Kou, 2013). La estimulación del pensamiento divergente de los grupos podría compararse con el proceso que sigue la IA cuando, a partir de una vasta base de datos de pensamientos divergentes plasma-dos en textos mediáticos, desde escritos hasta audiovisuales, combina y reconfigura la información existente para generar nuevas asociaciones. Sin embargo, a diferencia de la creatividad colectiva humana, que puede dar lugar a ideas verdaderamente originales a través de interacción, interpretación y experiencia subjetiva, la IA no genera un pensamiento nuevo en sentido estricto, sino que opera mediante la síntesis y recombinación de patrones preexistentes, sin una comprensión genuina del significado o la intención detrás de ellos.

No obstante, esta perspectiva no es universalmente aceptada, Kurzweil en el 2005, predice que la IA superará la inteligencia humana en 2029, ya que asegura que casi con certeza, esta se basará en sus propias capacidades para mejorar, y así superará rápidamente el funcionamiento humano actual a una velocidad asombrosa (Gutiérrez-Jones, 2014). Parecía que antes de la fecha estimada por Kurzweil, esta visión se confirmaría, ya que, en 2015, *Google Deep-Mind* desarrolló *AlphaGo*, un programa de cómputo que venció a un campeón mundial en el juego de mesa chino Go, sin haber sido programado explícitamente para ello (Ng, 2021). Además, según Ng (2021) las innovaciones recientes en la IA creativa, reflejan que los algoritmos pueden generar decisiones creativas, por ejemplo, colocación de notas musicales, palabras o trazos de pintura a partir de su propio procesamiento del conjunto de datos que recibe, y de maneras que no son completamente comprensibles para los humanos. Bajo las concepciones previas, la creatividad de las computadoras se considera “pastiche”, es decir, un texto que se construye como mosaico de ideas de otros textos (Delacruz, 2023), porque siguen instrucciones predefinidas, y que de alguna manera reflejan la creatividad del programador más que una verdadera innovación autónoma. Sin embargo, en 2018, surgió un caso que cobró gran relevancia, ya que se creó y subastó la obra creada por una IA, Por-

trait of Edmond Belamy, en la casa de subastas *Christie's* (Cohn, 2018). La relevancia surgió porque los algoritmos no fueron programados explícitamente para colocar trazos de pintura, sino que "aprendieron" a hacerlo después de procesar enormes cantidades de datos y analizar qué colocaciones eran "correctas" o "incorrectas" (Ng, 2021).

De igual manera, se ha visto un impacto significativo en la generación de contenido de información, por lo que Köbis Starke y Edward-Gill (2022), advierten sobre los riesgos de la IA en la generación de contenido engañoso, con el que, por ejemplo, los estafadores han empleado imitaciones hiperrealistas de contenido audiovisual basadas en IA conocidas como deepfakes.

### **Actualidad**

En la actualidad en la que las herramientas y modelos de IA se han vuelto cada vez más accesibles, se espera que los estudiantes las utilicen en diversos entornos académicos y profesionales. En ese contexto, Aaron *et al.* (2024) exploran la integración de la IA en industrias creativas como diseño, música, cine y literatura, y recomiendan que se prepare a los futuros profesionales en ella. Porque si bien, la IA no reemplazará a los creativos, provocará un cambio en su rol, requiriendo no solo habilidades en creatividad, pensamiento crítico y resolución de problemas, sino también en el dominio de herramientas de IA.

En definitiva, el cuestionamiento no es comparar las capacidades humanas con las capacidades de la IA en función de lo que puede o no puede hacer, sino cómo esta tecnología puede potenciar las habilidades humanas. En esta línea, Marais *et al.* (2024) proponen una educación basada en IA en la enseñanza superior, integrando ética y pensamiento crítico sobre su uso en la creatividad.

### **2.3 Diferencias entre una IA generativa que produce contenido completo y una que asiste con preguntas**

Es una realidad que, en el primer cuarto del siglo XXI, el *ChatGPT*, forma parte del contexto educativo. Este GPT, es una IA generativa que funciona como una red neuronal que realiza búsquedas en una gran base de datos, como el anteriormente nombrado "pastiche". En esta búsqueda se asignan probabilidades a las palabras dentro de un texto. No es que elija palabras al azar ni con probabilidades predefinidas, sino que utiliza un modelo de lenguaje que analiza el

texto ingresado y predice la siguiente palabra basándose en distribuciones de probabilidad generadas en tiempo real (Gómez-Rodríguez, 2025). Para entender este concepto, quien suscribe, ingresó el siguiente *prompt* al *ChatGPT*: Dime una palabra que puede seguir a la frase “La inteligencia artificial es...” y dime el porcentaje de probabilidad en que esa palabra sería utilizada, de lo cual se obtuvo la siguiente respuesta (ver Figura 1).

Sin embargo, en términos generales, si analizamos una frase como “**La inteligencia artificial** es...” algunas palabras que podrían seguir y sus probables tendencias serían:

- “**una herramienta**” (~30%) → porque es una descripción común en textos técnicos.
- “**innovadora**” (~20%) → usada frecuentemente en artículos científicos y divulgativos.
- “**peligrosa**” (~15%) → especialmente en debates éticos y opiniones críticas.
- “**limitada**” (~10%) → mencionada en contextos que enfatizan restricciones de la IA.
- “**el futuro**” (~10%) → común en discursos optimistas sobre IA.
- “**aburrida**” (~5%) → poco probable en textos técnicos, pero posible en conversaciones.

Estos valores son **aproximados** y no reflejan una distribución real, sino una estimación del uso común del lenguaje. Si quisiera obtener una probabilidad exacta, necesitaría ejecutar la IA y analizar su salida con herramientas de procesamiento de lenguaje natural.



Figura 1. Respuesta generada por *ChatGPT*. Fuente: *ChatGPT*, 2025.

Lo que hizo el *ChatGPT* para arrojar estos resultados, fue que su modelo calculó probabilidades para variar las palabras que pudieran seguir como, “una herramienta” o “innovadora”. La variabilidad en las respuestas dependerá entonces en el nivel de aleatoriedad configurado en su modelo, lo cual permitirá que elija la palabra con mayor o menor probabilidad o una intermedia.

Pero, ¿para qué nos sirve conocer su funcionamiento como creadores de textos escritos y audiovisuales?, precisamente para entender que el *ChatGPT* y otras IA de generación de textos, pueden repetir sus respuestas. Si como creadores únicamente nos quedamos con los resultados de la IA, estaríamos coartando nuestra capacidad humana de crear, de expresar sentimientos, emociones, frustraciones, etc, y sobre todo de crear nuevos conocimientos, dejando de generar nuevas ideas. El riesgo de esto no es que la IA simule creaciones humanas, sino que el humano llegue a perder su capacidad de asociar ideas de su propio subconsciente cognitivo.

tivo para reinterpretar perspectivas novedosas y crear sus propias obras, en contraparte se estarían copiando textos con estructuras mecanizadas.

### 3. El experimento

Con el fin de responder el cuestionamiento que guía esta investigación, ¿Cómo perciben los estudiantes la similitud o diferencia en los resultados generados por la inteligencia artificial (*ChatGPT*) al introducir la misma instrucción?, se adoptó como metodología de investigación un enfoque cualitativo. Debido a que se realizó una recolección de datos en dos intervalos diferentes durante los años 2023 y 2024. Así mismo, se sigue un diseño de investigación longitudinal con alcance exploratorio-descriptivo (Hernández-Sampieri et al., 2010).

La muestra estuvo compuesta por estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (LCC) de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), México, específicamente con aquellos que se encontraban en su último semestre de la carrera. Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Ser estudiante de la materia de Diseño y Técnica Audiovisual de 7º semestre.
- Haber cursado las asignaturas previas relacionadas con la creación de contenidos audiovisuales, lo que les otorga el conocimiento técnico necesario para comprender y evaluar el proceso de creación de guiones.

La muestra estuvo compuesta por un total de 27 participantes en el año 2023, y 33 en 2024. Los estudiantes fueron seleccionados de manera intencional debido a su dominio previo en el área audiovisual, lo cual resultó crucial para el desarrollo del experimento y la interpretación de resultados.

Se siguieron tres fases: 1) generación de un guion con un mismo *prompt*; 2) creación de un guion con la ayuda del *ChatGPT* como tutor, y 3) observación de los resultados generados a partir de una descripción y estructura creada por la IA.

#### 3.1 Un mismo *prompt*, ¿múltiples respuestas?

Para analizar las similitudes o diferencias en los resultados generados por la IA *ChatGPT* al introducir el mismo *prompt* o instrucción

por parte de varios estudiantes, se le pidió a los participantes que todos escribieran en la aplicación el siguiente *prompt*:

*Por favor entra a tu cuenta de ChatGPT, si no tienes crea una, necesitarás un correo de gmail. Después introduce la siguiente instrucción:*

*I am a Mexican film director. I want to create a 30-second short film depicting a journey of a character, a 13-year-old girl, rollerblading to deliver medicine to her grandmother. I aim for a tone that oscillates between comedy and drama. What cinematographic shots do I need to achieve this tone and to convey the girl's concern about reaching her grandmother on time? Please give me the result in no more than 100 words.*

*Después comparte el resultado arrojado por el ChatGPT.*

Los estudiantes no tuvieron influencia sobre el contenido generando, ya que la IA debía seguir la misma instrucción con todos los participantes. El objetivo en esta fase fue que los estudiantes evaluaran las similitudes y diferencias entre los guiones generados por la inteligencia artificial al trabajar con el mismo *prompt*. Para lo cual se les pidió que compartieran el guion que les generó la IA. Despues se empleó un cuestionario semiestructurado que combinó preguntas abiertas y cerradas. Las preguntas abiertas indagan de manera discursiva las opiniones de los estudiantes sobre la similitud de los resultados generados por *ChatGPT*, mientras que las preguntas cerradas se enfocaron en aspectos de contexto y clasificación, tales como la percepción sobre el grado de similitud entre los guiones generados.

### **3.2 Cuando la IA pregunta en la dinámica de creación**

En la segunda fase de creación de un guion con la ayuda del *ChatGPT* como tutor, se les pidió a los participantes que utilizaran dicha aplicación como una herramienta de tutoría para desarrollar sus propios guiones. Para ello, se indicó a los participantes que escribieran un *prompt* y solicitaran al modelo que los cuestionara para crear el perfil del personaje por ellos mismos (ver Figura 2).

∅ Quiero hacer un guión de cortometraje. El log line o premisa es: Cuando (DETONANTE) un (PROTAGONISTA) debe enfrentarse a (ANTAGONISTA) y superar (CONFLICTO) para conseguir (OBJETIVO). - En este proyecto te desempeñas como asistente y asesor de GUIONISTA, experto en análisis y escritura de guiones de ficción de cortometrajes. Debes irme guiando como un tutor, haciéndome preguntas para que yo desarrolle primero el perfil del personaje (relaciones con otros personajes, identidad, apariencia física, personalidad, familia, pasado y futuro, amor, conflicto, trabajo y educación, pasatiempos, posesiones, espiritualidad, valores, vida diaria). Basar tus respuestas exclusivamente en la información que te vaya proporcionando, hasta que te indique PARAR. ¿Has entendido las indicaciones?

¡Sí, entendido! Empezaremos por desarrollar el perfil del personaje paso a paso.

Para comenzar, dime:

1. **¿Quién es tu protagonista?** (Nombre, edad, género, origen)
2. **¿Cómo es su apariencia física?** (Altura, complexión, cabello, ojos, vestimenta, rasgos distintivos)
3. **¿Cómo describirías su personalidad?** (Fortalezas, debilidades, comportamiento habitual, manera de hablar)

Responde con el nivel de detalle que deseas, y a partir de ahí seguimos construyendo.



Figura 2. **ChatGPT utilizada como una herramienta de tutoría.** Fuente: ChatGPT, 2024.

A través de preguntas guiadas y sugerencias ofrecidas por el modelo, los estudiantes pudieron tomar decisiones y estructurar sus ideas de manera más coherente. Este enfoque tuvo como objetivo explorar cómo la inteligencia artificial puede actuar como un “aliado creativo” en lugar de ser una fuente de generación de contenido mecánico. Durante esta fase, los estudiantes no solo interactuaron con el modelo, sino que también reflexionaron sobre su propio proceso creativo, evaluando el grado de influencia y ayuda que *ChatGPT* tuvo en el desarrollo de sus guiones, a lo cual respondieron a través de un cuestionario.

### 3.3 De las palabras a la imagen

En la tercera fase del experimento (observación de los resultados generados a partir de una descripción y estructura creada por la IA) y con el fin de explorar cómo la inteligencia artificial podría influir en el proceso de creación de contenido audiovisual, para lo cual se utilizó la aplicación *Imagine.art* para generar las representaciones visuales de los personajes y un *Storyboard* basado en el guion creado previamente en la fase uno. En esta parte del estudio, los estudiantes no interactuaron directamente con la herramienta, sino que fueron observadores de los resultados generados a partir de

una descripción y estructura creada para el estudio. Se utilizaron descripciones detalladas de los personajes y escenas desarrolladas con el uso de la IA como tutor y se introdujeron estas descripciones en Imagine.art (ver figura 3). En este contexto, el análisis se centró en cómo los estudiantes perciben la herramienta de inteligencia artificial como un recurso para llevar a cabo tareas creativas, y cómo interpretan los resultados de esa interacción.

LEA (11), niña mexicana, piel morena clara, suave y luminosa, con un ligero rubor en sus mejillas. Cabello ondulado, castaño oscuro y recogido en una cola de caballo. Camiseta de tirantes en tono azul claro, que deja al descubierto sus hombros bronceados por el sol. Short de mezclilla ajustado. Piernas delgadas y bien torneadas por la actividad física. Rodillas con pequeñas cicatrices. Usa patines, clásicos, blancos con ruedas rosas, el freno delantero derecho desgastado por el uso. Cinematográfico (EOS 5DS R, ISO 1000, f/8, 1/125, 84 mm, procesado, rostro nítido, rasgos faciales delicados) photo, 50 mm f/1.4, cinestill 800"



Generate

Figura 3. *Prompt* utilizado en Imagine.art para crear personajes. Fuente: Imagine.art, 2024.

## 4. Resultados

### 4.1 Un mismo *prompt*, ¿múltiples respuestas?

Durante la primera fase para la generación de un guion con un mismo *prompt*, las respuestas obtenidas en 2024 muestran un patrón similar al de 2023, con escasas variaciones en la estructura y elección de planos. Según los resultados de la IA, se observa que en ambos años se intenta la combinación de comedia y drama mediante la inclusión de elementos humorísticos, como caídas o interacciones con peatones y animales; para enfatizar la urgencia del personaje, se reiteran tomas en *slow motion*. En el 75% de los participantes, sus respuestas fueron generadas por *ChatGPT* durante la primera etapa del experimento, en ambos años presentan una notable similitud en la estructura y selección de planos cinematográficos, así como en la secuencia que inicia con un plano general para establecer el entorno y presentar a la protagonista. Posteriormente, sugiere el uso de tomas dinámicas como *tracking shots* para seguir la acción, *close-ups* para resaltar la expresión de preocupación de la niña y *quick cuts* para mostrar obstáculos en su camino. De igual manera, en el 75% de las respuestas, se recurre al *slow motion* en momentos clave para enfatizar la urgencia o la emoción del viaje, concluyendo con una toma que muestra el alivio y satisfacción de la protagonista al llegar a su destino. Aunque en general las respuestas recibidas en los participantes, tuvieron pequeñas variaciones

en la redacción y en la disposición de los planos, la estructura general se mantuvo constante en todas las respuestas de ambos años. Esto evidencia que la IA tiende a generar resultados predecibles y uniformes, sin diferencias significativas entre los intentos. Aunque el 50% de los estudiantes reportaron diferencias mínimas en la redacción de las respuestas, la estructura general se mantiene constante, lo que indica que la IA sigue generando respuestas altamente similares sin una variación sustancial en los resultados.

### **Percepciones en 2023**

Las percepciones de los estudiantes en 2023 sobre la similitud de los resultados generados por *ChatGPT* fueron variadas. Se debe tomar en cuenta que cada participante comparó su resultado obtenido por la IA y el resultado de la investigación; por lo que el 50% consideró que los textos eran "muy diferentes" o con variaciones en la forma de presentar las tomas y el ambiente. Además, el 25% de los participantes reconocieron ciertos puntos en común, como el uso de la palabra "Mexican" para contextualizar la historia y la combinación de comedia y drama a través de caídas, pero indicaron que la forma en que se desarrollaban las escenas era distinta. Hubo menciones a diferencias en la sintaxis y la estructura del mensaje, de la misma forma, el 25% señaló que su respuesta era más general y menos detallada en comparación con la proporcionada por el estudio. Sin embargo, el 50% de los estudiantes afirmaron que los textos eran "similares en intención", aunque con diferencias en la redacción. Esto sugiere que, aunque la IA genera respuestas con variaciones, los estudiantes perciben patrones recurrentes en los resultados.

### **Percepciones en 2024**

Las respuestas de 2024, en la fase uno, muestran percepciones divididas sobre la similitud de los resultados generados por *ChatGPT*. El 50 % de los estudiantes afirmaron que las respuestas eran "demasiado parecidas" o que compartían "la misma intención", aunque con ligeros cambios en las palabras. Mientras que, el 25% consideró que los textos eran "completamente diferentes" y que la diferencia radicaba en la precisión y el detalle de las descripciones. Por otro lado, el 50% de los participantes mencionaron que su resultado se centraba más en instrucciones técnicas, mientras que el proporcionado por el estudio tenía una estructura más fluida y narrativa. También el 25% de los sujetos identificaron similitudes en el uso de planos cinematográficos y en la combinación de comedia

y drama, aunque expresadas de manera diferente. En general, aunque otro 25% señaló que la IA genera respuestas estructuralmente similares, también el 25% destaca diferencias en el nivel de detalle y en la manera en que se organizan las ideas, lo que refleja una apreciación más matizada de la estandarización en los resultados.

En la Tabla 1 se observan las categorías resultantes de las percepciones de los estudiantes ante la similitud en las respuestas generadas por *ChatGPT*.

**Tabla. 1. Códigos de percepciones ante la similitud en las respuestas generadas por *ChatGPT*.** Fuente: Elaboración propia.

Nombre	Tipo	Descripción
Estructura fija	Descriptivo	Los estudiantes perciben que las respuestas de <i>ChatGPT</i> siguen un patrón recurrente en la organización de escenas, con poca variación en la disposición de los elementos narrativos y cinematográficos.
Variación léxica	Descriptivo	Se identifican diferencias en la elección de palabras y redacción de los textos, aunque la esencia de la respuesta se mantiene similar en términos de contenido.
Nivel de detalle	Descriptivo	Algunos estudiantes notan que las respuestas generadas por <i>ChatGPT</i> presentan distintos niveles de precisión y profundidad, influenciando su percepción de similitud o diferencia.
Recepción	Conceptual	La IA genera respuestas con estructuras y elementos recurrentes, lo que lleva a los estudiantes a percibir patrones predecibles.
Divergencia	Conceptual	A pesar de la similitud estructural, algunos estudiantes identifican diferencias significativas en la forma de presentar la información.
Intención	Conceptual	Aunque las respuestas pueden diferir en la redacción, los estudiantes perciben que mantienen una misma intención comunicativa y narrativa.

Los códigos descriptivos (Estructura fija, Variación léxica y Nivel de detalle) identifican características observables en los textos, como patrones repetitivos, diferencias en redacción y precisión en la información. Los códigos conceptuales (Repetición, Divergencia e

Intención) representan ideas más abstractas sobre la percepción estudiantil, como la sensación de que la IA genera respuestas similares, pero con diferencias en la forma.

#### **4.2 Cuando la IA pregunta en la dinámica de creación**

Los resultados de la fase dos para la creación de un guion con ayuda del *ChatGPT* como tutor, se muestra en la tabla 2, donde se podrán observar los códigos generados a partir de las percepciones de los estudiantes sobre el uso de la IA como apoyo o tutor en el proceso creativo.

Tabla. 2. **Códigos de percepciones sobre el uso de *ChatGPT* como apoyo o tutor del proceso creativo.** Fuente: Elaboración propia.

Nombre	Tipo	Descripción
Asistencia creativa	Descriptivo	Los estudiantes perciben que la IA es útil como una herramienta que ayuda a estructurar ideas, resolver bloqueos y explorar nuevas posibilidades sin reemplazar la creatividad humana.
Dependencia limitada	Descriptivo	La IA es vista como un apoyo útil, pero no como un sustituto del pensamiento humano, ya que se reconoce la importancia de la intervención creativa personal.
Diferencia en el uso	Descriptivo	Se identifican diferencias entre usar la IA como generador de contenido y como asistente, siendo la segunda opción más valorada por su capacidad de complementar el proceso creativo sin reemplazarlo.
Inspiración	Conceptual	La IA es vista como un recurso para desbloquear ideas y desarrollar conceptos iniciales sin dictar el proceso creativo.
Limitación	Conceptual	Los estudiantes consideran que la IA carece de la profundidad emocional y el criterio humano, lo que la hace insuficiente para crear contenido completamente original.
Colaboración	Conceptual	Se percibe que el mejor uso de la IA es en conjunto con la creatividad humana, permitiendo un equilibrio entre asistencia tecnológica y control artístico.

Los códigos descriptivos (Asistencia creativa, Dependencia limitada y Diferencia en el uso) reflejan cómo los estudiantes entienden la función de la IA, destacando su utilidad para estructurar ideas y su preferencia por utilizarla como complemento en lugar de generar contenido completo. Los códigos conceptuales (Inspiración, Limitación y Colaboración) sintetizan ideas clave, como la función de la IA para desbloquear ideas, su falta de profundidad creativa y su

mejor aprovechamiento como un aliado del pensamiento humano. En general, los estudiantes valoran la IA como una herramienta útil, pero subrayan la importancia de mantener la creatividad y la toma de decisiones en manos del creador humano, asegurando un equilibrio entre la automatización y la autoría personal en la producción de contenidos.

La recolección de los datos a través del cuestionario, permitió analizar tanto las percepciones generales sobre el uso de la IA en la creación de guiones, como las diferencias de experiencia entre las dos fases del ejercicio. En particular, se evaluaron las percepciones sobre la similitud entre los resultados generados por *ChatGPT* en la primera fase, así como la utilidad del modelo como apoyo para el proceso creativo en la segunda fase.

El análisis de los datos se centró en identificar patrones y variaciones en las respuestas de los estudiantes, buscando comprender cómo la inteligencia artificial afecta la creatividad y la percepción de originalidad en el contexto de la creación audiovisual.

#### **4.3 De las palabras a la imagen**

Los resultados de la tercera fase, observación de los resultados generados a partir de una descripción y estructura creada por la IA, se obtuvieron durante la aplicación de la IA llamada *Imagine.art*, la cual crea imagen en base al texto, entre otras funciones. Las descripciones se desarrollaron previamente con el apoyo de *ChatGPT* y a diferencia de las fases anteriores, los estudiantes no interactuaron directamente con la herramienta, sino que observaron los personajes generados a partir del guion desarrollado en la fase uno de este proyecto.

El primer resultado del personaje de la niña patinadora, Lea, arrojado por *Imagine.art*, se puede observar en la Figura 3.



Figura 3. *Prompt* utilizado en *Imagine.art* para crear personajes. Fuente: *Imagine.art*, 2024.

Después de trabajar varias veces el *prompt*, se llegó a un resultado lo más cercano a lo esperado (ver figura 5). Cabe destacar que la IA genera imágenes incongruentes, como el hecho de que la niña en la imagen tenga un patín en la mano y otro en el pie, y que un pie tenga un tenis; así como el que uno de los patines tenga cuatro ruedas y otro tenga dos ruedas traseras y una rueda delantera.



Figura 5. Personaje principal creado en *Imagine.art*. Fuente: *Imagine.art*, 2024.

Las incongruencias generadas en la imagen, pueden también presentarse en los textos generados por las IA, por lo que estos resultados permiten reflexionar en el hecho de que los procesos de creación en los que se utilizan herramientas de IA como apoyo creativo, requiere de múltiples ajustes en los *prompts* para obtener resultados más fieles a la intención original.

También se trabajó la representación visual de personajes secundarios, como el papá del personaje principal (ver figura 6), representado como un personaje aliado, y el policía (ver figura 7), concebido como una fuerza antagonista.

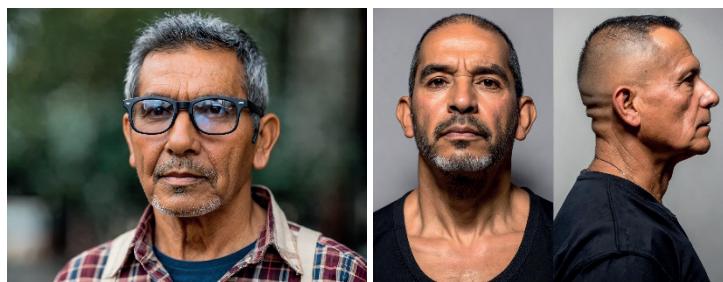


Figura 6 y 7. Personaje secundario papá (izquierda), personaje antagonista (derecha), generados mediante Imagine.art. Fuente: Imagine.art, 2024.

En la figura 7, del personaje antagonista, el policía, se observan incongruencias generadas por la IA, en la que se supone que se muestra al mismo personaje visto desde frente, así como desde perfil, pero vemos diferencias en la barba que presenta el personaje al estar de frente y que se omite en la imagen al estar de perfil. Estas imágenes como se reflexionó con los participantes del presente estudio, funcionan para realizar un trabajo previo al rodaje, por ejemplo, en el diseño de personajes, maquillaje y vestuario o en la creación de un storyboard, en el cual se pretende plasmar la visión del director sobre cómo quisiera el producto final.

Para este ejercicio también se desarrolló la imagen final del cortometraje, en la que la protagonista aparece sentada en la cúspide de la Iglesia de Cholula, contemplando el atardecer sobre el volcán Popocatépetl, ambos ubicados en la ciudad de Puebla, México (ver figura 8).



**Figura 8.** Imagen de escena final creada en *Imagine.art*. Fuente: *Imagine.art*, 2024.

## 5. Conclusiones

A pesar de que la IA tiene la capacidad de mezclar elementos o ideas que originalmente no estaban asociadas o vinculadas, no lo hace desde la capacidad creativa, sino desde la capacidad mecánica, lo cual sigue diferenciándose al subconsciente cognitivo humano que reinterpreta, innova y construye nuevo conocimiento a comparación con las máquinas que sólo reconocen símbolos y estadísticamente analizan su estructura para aplicar principios estéticos almacenados en la base de datos a la que tengan acceso.

Debido a que la IA recombina patrones preexistentes sin una comprensión genuina del significado o la intención detrás de ellos, podemos visualizar un panorama en que la IA no sustituye al humano, sino que le proporciona nuevas herramientas, es decir funciona como un aliado para la creatividad humana. Desde ese punto de vista, podemos reafirmar la postura de los teóricos que a lo largo de la historia han expresado que la IA no reemplazará a los creativos, sino, como lo hemos comprobado, ha provocado un cambio en su rol, en el que se requiere de humanos con habilidades en creatividad, pensamiento crítico y resolución de problemas, pero también que dominen herramientas de IA.

### Bibliografía:

Aaron, L., Abbate, S., Allain, N. M., Almas, B., Fallon, B., Gavin, D., Gordon, C. (Barrett), Jadamec, M., Merlino, A., Pierie, L., Solano, G., & Wolf, D. (2024). Optimizing AI in Higher Education: SUNY FACT2 Guide, Second Edition. State University of New York Press. <https://doi.org/10.2307/jj.20522984>

BBC News. (2016, 6 de abril). Dutch painters' AI 'remake' raises questions about creativity. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-36035435>

- Boston Dynamics (s.f.). Boston Dynamics. <https://www.bostondynamics.com>
- Cohn, G. 2018. AI Art at Christie's Sells for \$432,500. New York Times, 25 October. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2018/10/25/arts/design/ai-art-sold-christies.html>.
- Elton, M. (1995). Artificial Creativity: Enculturing Computers. *Leonardo*, 28(3), 207–213. <https://doi.org/10.2307/1576076>
- Espinosa, R. (2014). El proceso creativo de personas invidentes como una forma de expresión comunicativa. *Creatividad y sociedad: revista de la Asociación para la Creatividad*, (22), 6-34.
- Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *methaodos.revista de ciencias sociales*, 11(2), m231102a10. <http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>
- Gnezda, N. M. (2011). Cognition and Emotions in the Creative Process. *Art education*. 11(1), 47-52.
- Gómez-Rodríguez, C. (2025). Grandes modelos de lenguaje: ¿de la predicción de palabras a la comprensión? En A. Alonso Betanzos, D. Peña & P. Poncela (Eds.), *La Inteligencia Artificial hoy y sus aplicaciones con Big Data* (pp. 73-98).
- Guerrero-Solé, F. y Ballester, C. (2023). El impacto de la Inteligencia Artificial Generativa en la disciplina de la comunicación. *Hipertext.net*, (26), 1-3. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2023.i26.01>.
- Guerrero-Solé, Frederic (2024) La comunicación ante el desafío de la inteligencia artificial generativa. Reflexiones, retos y oportunidades en un escenario disruptivo. Barcelona (Pompeu Fabra University), Cultura Difusa.
- Gutiérrez-Jones, C. (2014). Stealing Kinship: Neuromancer and Artificial Intelligence. *Science Fiction Studies*, 41(1), 69–92. <https://doi.org/10.5621/sciefstud.41.1.0069>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill.
- Harvey, S., & Kou, C.-Y. (2013). Collective Engagement in Creative Tasks: The Role of Evaluation in the Creative Process in Groups. *Administrative Science Quarterly*, 58(3), 346–386. <http://www.jstor.org/stable/43186053Kaplan>, 2021
- Delacruz, S. L. (2023). Un vínculo paradójico: narrativas audiovisuales generadas por inteligencia artificial, entre el pastiche y la cancelación del futuro. *Hipertext. net*, (26), 31-35.
- Manyika, J. (2022). Getting AI Right: Introductory Notes on AI & Society. *Daedalus*, 151(2), 5–27. doi: [https://doi.org/10.1162/daed\\_e\\_01897](https://doi.org/10.1162/daed_e_01897)
- Ng, J. (2021). An Alternative Rationalisation of Creative AI by De-Familiarising Creativity: Towards an Intelligibility of Its Own Terms. En P. Verdegem (Ed.) *AI for Everyone?: Critical Perspectives* (pp. 48-66).
- Marais, E., Marais-Botha, R., & Coertzen, F. (2024). Constructing an Artificial-Intelligence Higher Education Environment: Guidelines for the Future. En L. Wood & O. Zuber-Skerritt (Eds.), *Shaping the Future of Higher Education: Positive and Sustainable Frameworks for Navigating Constant Change*. Helsinki: Helsinki University Press. <https://doi.org/10.33134/HUP-25-9>
- Mateas, M. (2001). Expressive AI: A Hybrid Art and Science Practice. *Leonardo*, 34(2), 147–153. <http://www.jstor.org/stable/1577018>

---

Real Academia Española. (s.f.). Creatividad. En Diccionario de la lengua española. Recuperado en 12 de marzo de 2025, de <https://dle.rae.es/creatividad>

Köbis, N. C., Starke, C., & Edward-Gill, J. (2022). THE CORRUPTION RISKS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE. Transparency International. <http://www.jstor.org/stable/resrep43028> Tijus (1988)

Wilson, S. (1983). Computer Art: Artificial Intelligence and the Arts. Leonardo, 16, 15 - 20.

# FOTOGRAFÍA, IMAGEN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

[ *Del daguerrotipo*  
*a la era de los algoritmos* ]

ALE  
XEB  
RAV.

*Esta obra se editó en el  
Estudio Calavera de Alex e.Bravo  
en la ciudad de San Luis Potosí,  
México, año 2025.*



Editores:

Luis Roberto Rivera Aguilera  
Juan Miguel Sánchez Vigil

Coordinadores:

Julio César Rivera Aguilera  
María Olivera Zaldúa