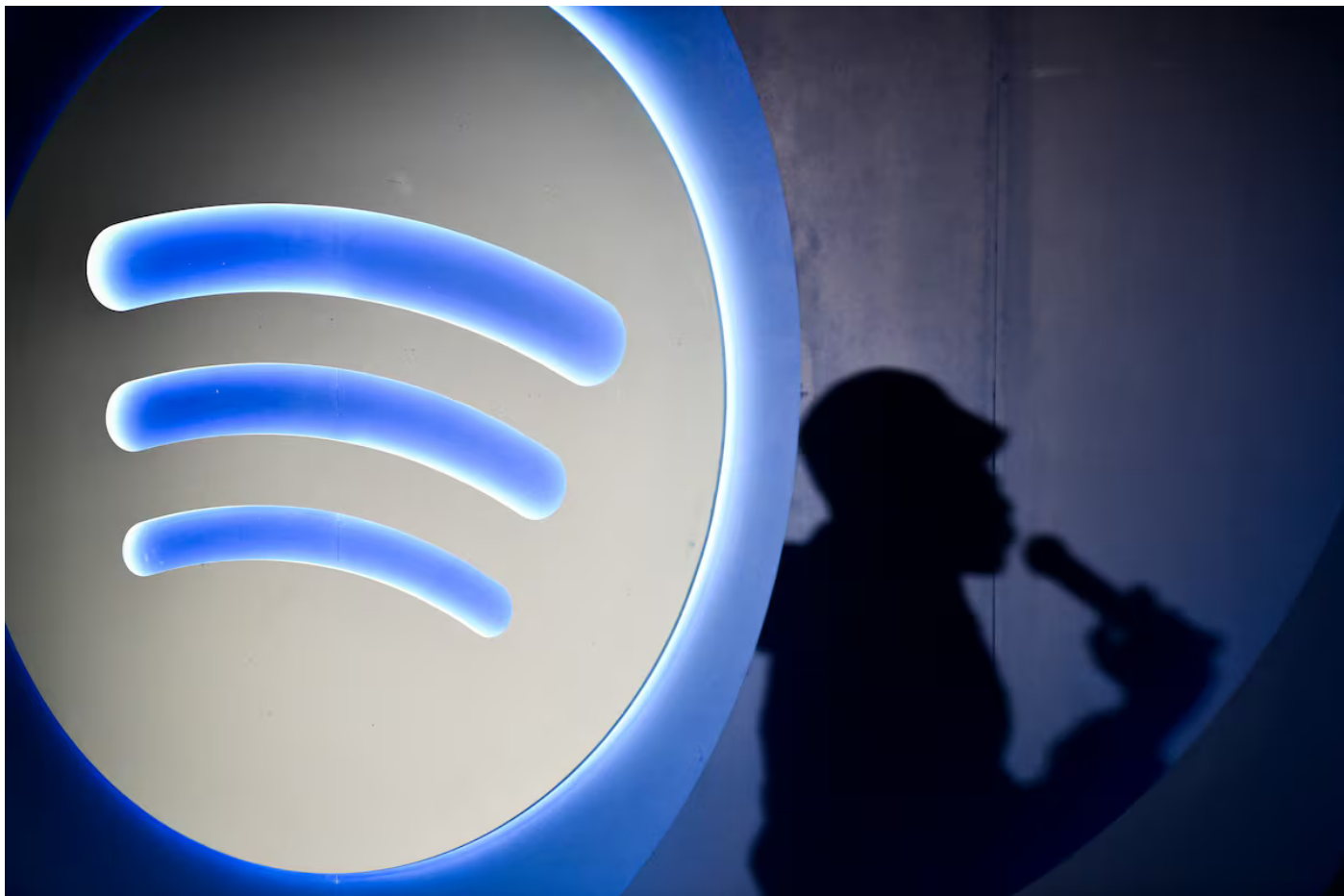


Se viene la IA sin reproches

Las canciones creadas con inteligencia artificial no quieren expresar un sentimiento o comunicar un mensaje. Su único objetivo es hacer dinero



Presentación en 2024 en México de un DJ de Spotify creado con inteligencia artificial.
RODRIGO OROPEZA (AFP / GETTY IMAGES)



NURIA LABARI

02 MAY 2026 - 05:30 CEST

 19 

Añadir EL PAÍS en Google

“Estoy flipando con la cantidad de canciones que son *trends* en TikTok [y que son IA](#)”, comenta mi amigo Albert en uno de nuestros grupos de

WhatsApp. Yo respondo con interrogaciones porque no entiendo bien de qué habla y él me envía listas de canciones en Spotify de artistas que no conozco: Ingarose, Kaltnis, Lia Monroe... Escucho alguno de sus temas. Todas son himnos horteras y narcisos: *Celebrate me, Nací para ser yo, Ya te olvidé...* Todas, canciones que nutren las páginas de artistas que Spotify me ofrece sin advertirme de que ninguna de estas creadoras existe en realidad. ¿De verdad Spotify está nombrando como artistas a los productos resultantes de generar música con herramientas de IA generativa tipo Suno? “Se viene la inteligencia artificial sin reproches”, sentencia mi amigo.

¿Hay algo que reprochar a los productos culturales creados por IA? Intuitivamente, todos diríamos que sí. Pero la pregunta es qué exactamente. Se habla mucho de la IA comparada con la capacidad humana, como si ese fuera el verdadero debate. El problema no debería ser si la IA “compite” con el talento humano, sino su finalidad, [que no es otra que generar dinero](#). El objetivo de una canción sincera, por mala que sea, no es monetizar escuchas sino expresar un sentimiento, ser capaz de comunicar eso que el lenguaje del negocio o la mera información no alcanzan a nombrar. ¿Bajarían las reproducciones de las artistas falsas si se advirtiera de que su único propósito es la rentabilidad?

MÁS INFORMACIÓN

El uso de la IA en el arte: ¿creatividad o plagio?

Detrás de la tecnología no hay (aún) una inteligencia sobrehumana, sino personas decididas a ganar dinero más rápido y más fácil. El arte es otra cosa, aunque la cultura de masas (antes que la IA) se haya esforzado en borrar su sentido. El “cine de autor”, la “voz narrativa” y hasta la “cocina de autor” son expresiones que existen mucho antes de que los artistas falsos fueran generados por IA. Y se usan para reivindicar la creación más allá de su sentido de negocio por cuanto su razón de ser no es otra que ampliar la experiencia humana. Los espectadores, lectores u oyentes de creaciones artísticas no son consumidores, sino creadores a su vez de sentido en tanto aceptan el riesgo de descifrar la obra. El arte es cultura [y la IA es mercado](#).

Me pregunto por qué la IA tiene tantas ganas de cantar. Por qué no prefiere hacer la colada, poner fin a las guerras o arreglar el problema de la vivienda. La tecnología no se esfuerza en ninguno de estos imperativos

porque no monetizan a buen ritmo. Por lo visto, el camino fácil para que una IA gane dinero es convertirla en artista. ¿Y eso por qué? Tal vez porque el arte y la cultura se han mercantilizado hasta tal punto de que la tecnología puede entrar a saco y sin diferenciarse de lo humano precisamente allí donde el mercado ha logrado confundir lo propiamente humano con la monetización económica. Es decir: en todas las industrias culturales. De eso van las listas de los más vendidos, los *rankings* y, peor aún, algunos premios y posiciones de prestigio cultural: de vender cada vez más y cada vez más rápido. Por eso, en un contexto donde los paradigmas, los protocolos y el éxito de muchas creaciones los dicta la rentabilidad [antes que cualquier criterio artístico](#), no es de extrañar que la IA entre por la puerta grande y sin reproches, como una más.

SOBRE LA FIRMA



Nuria Labari

Es periodista y escritora. Ha trabajado en 'El Mundo', 'Marie Clarie' y el grupo Mediaset. Ha publicado 'Cosas que brillan cuando están rotas' (Círculo de Tiza), 'La mejor madre del mundo' y 'El último hombre blanco' (Literatura Random House). Con 'Los borrachos de mi vida' ganó el Premio de Narrativa de Caja Madrid en 2007.