

# ACEPTACIÓN DEL ARTE GENERADO POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PERCEPCIÓN DE LA CREATIVIDAD EN ESTUDIANTES DE ARTES VISUALES

## The acceptance of art generated by Artificial Intelligence and perception of creativity in visual arts students

Mary Escarly Huarsaya Rodríguez  
mhuarsaya@unsa.edu.pe  
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa  
<https://orcid.org/0009-0006-1958-8520r>

Olger Gutiérrez Aguilar  
ogutierrez@unsa.edu.pe  
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa  
<https://orcid.org/0000-0002-6657-7529>

Recibido: 07-09-2023

Aceptado: 22-09-2023

Publicado: 09-10-2023

### Resumen

El estudio tuvo como objetivo principal, establecer la relación entre la aceptación del arte generado por la inteligencia artificial y la percepción de la creatividad en estudiantes de artes visuales. Se utilizó como metodología de análisis un diseño no experimental, descriptivo correlacional, de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 143 estudiantes de artes plásticas, de ambos sexos. Se utilizaron estadísticas descriptivas y coeficientes de correlación y regresión lineal para la prueba de hipótesis. Los resultados aportan pruebas empíricas a las discusiones en curso sobre la posición del arte generado por IA dentro del espectro artístico. Se concluye que la legitimidad y comparabilidad con el arte humano siguen siendo cuestiones abiertas, es innegable que el arte basado en IA está moldeando el panorama artístico y sus percepciones en formas sin precedentes.

Palabras claves: Aceptación del arte, percepción de la creatividad, inteligencia artificial

### Abstract

The study's main goal was to determine the connection between students of the visual arts perceptions of creativity and the acceptance of artificial intelligence-generated art. A non-experimental, descriptive, correlational, and cross-sectional design was used as the analysis methodology. The sample consisted of 143 plastic arts students of both sexes. Descriptive statistics and correlation coefficients, and linear regression were used for the hypothesis test. The study adds empirical evidence to the ongoing discussions about the position of AI-generated art within the artistic spectrum. While its legitimacy and comparability with human art remain open questions, it is undeniable that AI-based art is shaping the art landscape and its perceptions in unprecedented ways

**Keywords:** Acceptance of art, perception of creativity, artificial intelligence

## 1. INTRODUCCIÓN

La aceptación del arte generado por inteligencia artificial, es un constructo teórico que ha sido fundamental para la comprensión y valoración del trabajo artístico, está siendo remodelada por la creciente prevalencia del arte generado por inteligencia artificial. La obra de (Terzidis, Fabrocini, & Lee, 2023) establece un marco que desplaza la discusión desde la intencionalidad tradicional hacia la valoración del resultado final del proceso artístico. Esto posiciona a la apreciación del arte generado

por inteligencia artificial en una posición única en la esfera del arte, sugiriendo que, si uno se centra únicamente en el valor estético de una obra, el origen de la intención (ya sea humano o máquina) se vuelve marginal.

Dentro de esta discusión, (Maitre, 2023) destaca tanto los desafíos como las oportunidades inherentes al uso de la IA en la apreciación artística. Estos desafíos y oportunidades redefinen cómo percibimos y valoramos la estética en el arte, con la IA ofreciendo posiblemente parámetros de evaluación distintos y cambiantes en comparación con el arte tradicional. Esta redefinición se expande aún más con la inclusión de cyborgs y otras entidades no humanas en el mercado del arte, como se indica en el trabajo de Fortuna, Modliński, & McNeill, (2023). Tal diversidad en los orígenes de la creación artística altera las normas tradicionales de apreciación, sugiriendo que el valor estético puede, y quizás debería, ser independiente del creador.

Choi, (2023) lleva la discusión a un territorio conceptualmente desafiante, argumentando que la IA tiene la capacidad de desdibujar las líneas entre lo real y lo virtual. Esto plantea preguntas profundas sobre cómo apreciamos el arte que se sitúa en este intersticio. ¿Cómo valoramos una obra que desafía nuestra comprensión de la realidad y la virtualidad, de la imaginación y la artificialidad?

Mientras exploramos estas preguntas, también debemos considerar las nuevas metodologías que la IA introduce en el proceso de creación. Terzidis, Fabrocini, & Lee, (2023) proponen un enfoque basado en permutaciones y redes neuronales que maximiza las capacidades de diseño de la IA. Esto sugiere que la apreciación del arte generado por inteligencia artificial podría requerir un enfoque más técnico, donde se valoran no solo las cualidades estéticas de la obra final, sino también la complejidad y la innovación del proceso de diseño subyacente.

En el espectro del realismo y autenticidad, Zamboni et al., (2023) nos recuerdan que la representación realista es fundamental para la percepción de la vida y la sensibilidad en entidades tecnológicas. En contraposición, Brook, (2023) contempla los riesgos asociados con la IA, como la estandarización en la creación artística, cuestionando la autenticidad y singularidad de las obras.

Por tanto, la sinergia entre el artista humano y la IA, como se refleja en el trabajo de Kongdee & Israel, (2023), sugiere una colaboración en lugar de una com-

petencia. Esta perspectiva se presenta la apreciación del arte generado por inteligencia artificial, no como una entidad separada del arte humano, sino como una extensión o herramienta. La apreciación del arte generado por inteligencia artificial, no solo está desafiando las normas tradicionales de apreciación artística, sino que también está expandiendo activamente el panorama del arte contemporáneo. A medida que continuamos navegando en esta era de digitalización y avances tecnológicos, es esencial que revisitemos y redefinamos constantemente cómo apreciamos y valoramos el arte en todas sus formas.

En cuanto a la percepción de la creatividad del arte generado por inteligencia artificial IA, la revolución tecnológica y el surgimiento de modelos avanzados de IA, nos encontramos en una encrucijada de intersecciones entre el arte, la tecnología y la percepción humana. Bellaiche et al., (2023) plantean que estos modelos de IA tienen la potencia de imitar obras de arte humanas al grado que podrían reemplazar la creatividad humana. Sin embargo, estos mismos autores argumentan que este reemplazo es poco probable debido al valor que los humanos asignan a la experiencia intrínsecamente humana imbuida en el arte.

El valor asignado a la participación humana en la creación artística está profundamente arraigado en nuestras percepciones de autenticidad y experiencia. En una serie de estudios, Bellaiche et al., (2023) encontraron un sesgo consistente hacia las obras de arte etiquetadas como creadas por humanos. Esta preferencia se extendió a diversos criterios de evaluación, desde juicios a nivel sensorial hasta evaluaciones más profundas, como valor y profundidad.

Por otro lado, el arte y la creatividad no solo se limitan a las percepciones estéticas. Como Sion et al., (2023) sugieren, el arte también tiene beneficios terapéuticos, y su transición hacia lo digital no necesariamente reduce estos efectos positivos. Sin embargo, hay una distinción palpable entre el arte físico y el digital, especialmente en la percepción de la reducción del estrés.

La definición de "creatividad" es, en sí misma, evocadora y abrumadora. Según (Steen, 2023), esta palabra simboliza brillantez, logros y promete una defensa contra la conformidad. No obstante, la misma autora señala que las narrativas sobre la creatividad pueden ser seductoras, alentándonos a adoptar cosmovisiones y valores que, de lo contrario, podríamos cuestionar.

Mientras Beaty & Kenett, (2023) sugieren que la creatividad implica una serie de procesos asociativos en la memoria, Millet et al., (2023) proponen que la IA plantea una amenaza para las cosmovisiones antropocéntricas, especialmente en el dominio del arte. Las obras de arte creadas por IA, aunque técnicamente impresionantes, a menudo se perciben como menos creativas, lo que lleva a una depreciación sistemática de estas creaciones y consecuentemente a negar y otorgar protección de derechos de autor al contenido generado por IA la Kalpokiene & Kalpokas, (2023).

A pesar de los avances en IA, es esencial reconocer la intrincada relación entre arte, emoción y creatividad. Como destaca López-González, (2023), esta interconexión ha sido intuitiva pero ampliamente separada en la investigación. La valoración consciente de esta relación es el resultado de intercambios emocionales y significados personales dentro de un contexto social.

Por último, el estudio de Luo, Guan, & Wang, (2023) sobre estereotipos de género en la creatividad dentro del contexto chino resalta cómo las normas y percepciones culturales pueden influir en nuestra percepción de la creatividad y, por extensión, en cómo podría ser percibida la creatividad de la IA en diferentes culturas y contextos.

Es así que, la percepción de la creatividad del arte generado por IA es un campo multifacético que abarca consideraciones estéticas, emocionales, terapéuticas y socioculturales. La llegada de la IA en el mundo del arte no solo desafía nuestras percepciones estéticas, sino que también plantea preguntas profundas sobre la esencia de la creatividad y el papel central de la experiencia humana en el arte, es decir que la creatividad es una característica exclusivamente humana Millet et al., (2023).

**Tabla 1**

*Aceptación del arte generado por IA (Inteligencia Artificial)*

Ítems	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	Media
AAGIA1	41	28,7%	39	27,3%	41	28,7%	15	10,5%	7	4,9%	2,36
AAGIA2	31	21,7%	33	23,1%	40	28,0%	22	15,4%	17	11,9%	2,73
AAGIA3	44	30,8%	36	25,2%	39	27,3%	11	7,7%	13	9,1%	2,39
AAGIA4	14	9,8%	17	11,9%	40	28,0%	34	23,8%	38	26,6%	3,45
<b>Total</b>	<b>130</b>		<b>125</b>		<b>160</b>		<b>82</b>		<b>75</b>		

Fuente: Elaboración propia

Nota: Valoración: Escala del 1 al 5, donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 5 significa "totalmente de acuerdo"

## 2. MÉTODO

El tipo de investigación es básica, de diseño no experimental, descriptivo correlacional, de corte transversal, de modo tal que, nuestro interés principal fue establecer la relación de las dos variables de estudio: Aceptación del arte generado por inteligencia artificial (AAGIA) y la Percepción de la creatividad del arte generado por inteligencia artificial (PCAGIA). La muestra estuvo conformada por 143 estudiantes de artes plásticas, de ambos sexos, cuyas edades están comprendidas entre los 16 y 35 años de la Escuela de Artes de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. La media obtenida fue de 20.05 años, con una desviación estándar de 3.29, que indica que es una muestra relativamente homogénea. El recojo de los datos se realizó entre los meses de abril y julio del 2023.

El instrumento se diseñó especialmente para el presente estudio, la estructura de los ítems de medición fue en escala de Likert de 5 puntos. El instrumento se distribuyó en modo virtual a través de la plataforma: <http://www.encuesta.com>.

## 3. RESULTADOS

### 3.1 Resultados descriptivos

**Variable: Aceptación del arte generado por inteligencia artificial (AAGIA)**

Ítems:

- AAGIA1 Considero que el arte generado por IA es una forma legítima de arte.
- AAGIA2 Estoy dispuesto a utilizar la IA en mi propia creación artística.
- AAGIA3 Valoro el arte generado por IA de manera similar al arte tradicional.
- AAGIA4 Me gustaría aprender más sobre las tecnologías de IA en mi educación artística.

Los datos obtenidos, sugieren que hay una tendencia generalizada hacia el escepticismo o desacuerdo sobre la legitimidad y valoración del arte generado por IA en comparación con el arte tradicional. Sin embargo, una porción considerable de encuestados está abierta a la idea de incorporar la IA en su trabajo artístico. Además, existe un interés notable en aprender más sobre la IA en el contexto de la educación artística, lo que podría indicar que, aunque hay reservas sobre el producto final del arte generado por IA, hay curiosidad sobre la tecnología y su potencial.

Estos resultados podrían ser utilizados para discutir el contraste entre la percepción del arte generado por IA y el interés en aprender sobre la tecnología detrás de él en el contexto artístico. También puede servir para explorar las posibles razones detrás de estas percepciones y cómo se podrían abordar en el futuro para mejorar la aceptación del AAGIA. Es posible que el arte, siendo una expresión intrínsecamente humana, genere escepticismo cuando es

producido por la IA. Sin embargo, la apertura hacia la educación y el uso de IA sugiere que los artistas están dispuestos a explorar y tal vez fusionar estas herramientas con su pensamiento y procesos creativos utilizando la interacción humano-computadora (Fan & Zhong, 2022). Es una época de transición, y la fusión de tecnología y arte está redefiniendo los límites de la expresión artística.

**Variable: Percepción de la creatividad del arte generado por inteligencia artificial (PCAGIA)**

Ítems:

PCAGIA1 Las imágenes generadas por IA muestran un alto grado de originalidad.

PCAGIA2 La IA utiliza técnicas innovadoras para crear arte.

PCAGIA3 Las imágenes generadas por IA a menudo presentan nuevas ideas y conceptos.

PCAGIA4 La creatividad en el arte generado por IA es comparable a la creatividad en el arte humano.

**Tabla 2**

*Percepción de la creatividad en el arte generado por IA (Inteligencia Artificial)*

Ítems	1	%	2	%	3	%	4	%	5	%	Media
PCAGIA1	15	10,5%	37	25,9%	55	38,5%	23	16,1%	13	9,1%	2,87
PCAGIA2	26	18,2%	31	21,7%	39	27,3%	33	23,1%	14	9,8%	2,85
PCAGIA3	16	11,2%	36	25,2%	43	30,1%	35	24,5%	13	9,1%	2,95
PCAGIA4	49	34,3%	39	27,3%	29	20,3%	20	14,0%	6	4,2%	2,27
<b>Total</b>	<b>106</b>		<b>143</b>		<b>166</b>		<b>111</b>		<b>46</b>		

Fuente: Elaboración propia

Nota: Valoración: Escala del 1 al 5, donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 5 significa "totalmente de acuerdo"

Según los datos obtenidos, se deduce que la percepción del arte es intrínsecamente subjetiva y a menudo está profundamente enraizada en las complejas interacciones de la cultura, la historia personal y la emoción. Al examinar la percepción del público sobre la creatividad en el arte generado por la inteligencia artificial, es evidente que la comunidad tiene opiniones mixtas, pero tiende hacia una distinción clara entre la creatividad humana y la IA.

En primer lugar, es fundamental reconocer que la creatividad, en su esencia, es vista no solo como la capacidad de producir algo nuevo y original, sino también como la capacidad de infundir una obra con emociones, intenciones y significados. Mientras que la IA puede replicar estilos, generar patrones innovadores y presentar ideas visuales que pueden pa-

recer novedosas para el ojo humano, lo que parece faltar, según la percepción del público, es ese "alma" o "esencia" intrínsecamente humana.

Es posible que la cautela o el escepticismo expresado en PCAGIA4 se origine en la idea de que la creatividad no es simplemente un acto de producción, sino una manifestación del ser, del contexto cultural, y de la respuesta a las experiencias vividas. Si bien la IA puede simular ciertos aspectos de esta manifestación, hay una profundidad y una riqueza en la creatividad humana que puede no ser fácilmente alcanzada o comprendida por los algoritmos.

Además, la historia del arte ha sido una crónica de la humanidad: nuestras luchas, triunfos, temores y

esperanzas. La percepción de que la IA no puede compararse completamente con la creatividad humana podría derivarse de la idea de que el arte es, en muchos aspectos, un reflejo del espíritu humano. Las máquinas, por avanzadas que sean, carecen de ese espíritu, de esa chispa de vida que impulsa a los seres humanos a crear y expresarse.

Por último, mientras que la tecnología y la IA continúan avanzando y ampliando sus capacidades, es esencial recordar que su función en el ámbito artístico no tiene que ser necesariamente competir con la creatividad humana, sino complementarla, expandirla y ofrecer nuevas herramientas y perspectivas que enriquezcan el vasto tapiz del arte humano.

### Tabla 3

*Coefficientes del modelo - aceptación del arte generado por inteligencia artificial - AAGIA*

Variable Predictora	Estimador	EE	Valor-t	p-valor
Constante	0.00	0.04	0.00	1.000
PCAGIA	0.92	0.07	13.71	<.001

Fuente: Elaboración propia

Nota: Valoración: Escala del 1 al 5, donde 1 significa "totalmente en desacuerdo" y 5 significa "totalmente de acuerdo"

### Relación estadística entre PCAGIA y AAGIA:

El coeficiente para PCAGIA de 0.92 es notablemente alto, dado que ambas variables están en una escala de 1 a 5, un cambio unitario en la percepción de la creatividad en el arte generado por IA puede tener un impacto casi igual (0.92) en la aceptación del mismo. En términos prácticos, esto sugiere que las percepciones sobre la creatividad del arte generado por IA juegan un papel crucial en la aceptación general del arte impulsado por la tecnología.

### Este hallazgo puede tener varias interpretaciones:

#### Valor del Arte Original:

Las personas a menudo valoran el arte por su originalidad. Si perciben que el arte generado por IA es creativo y original, es más probable que lo acepten como una forma legítima de expresión artística.

#### Superando el Estigma Tecnológico:

A menudo existe un estigma asociado con la tecnología en dominios tradicionalmente humanos. Sin embargo, si la IA puede demostrar niveles notables

## 3.2 Análisis de hipótesis

### Hipótesis:

H1 La aceptación del arte generado por inteligencia artificial (AAGIA) tiene un impacto significativo en la percepción de la creatividad del arte generado por inteligencia artificial (PCAGIA)

## 3.3 Proceso de contrastación de hipótesis

Según las medidas de ajuste al modelo propuesto, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.760, que significa una correlación positiva alta entre las 2 variables de estudio. El coeficiente de determinación R<sup>2</sup> es de 0.570.

de creatividad, puede superar estas barreras y ganarse la aceptación de la comunidad artística y del público en general.

### Expectativas del Público:

A medida que la tecnología avanza, el público puede tener expectativas cambiantes. La relación fuerte y positiva entre PCAGIA y AAGIA podría indicar que el público está comenzando a esperar, o al menos está abierto a formas innovadoras de creación artística.

### Consideraciones sobre la Constante:

La constante en la regresión lineal representa el valor de la variable dependiente (AAGIA) cuando todas las variables predictoras son 0. En este contexto, un valor de 0 para PCAGIA no tiene un significado práctico, ya que la escala comienza en 1. Esto podría explicar por qué la constante no es significativa en este modelo.

### Significancia Estadística:

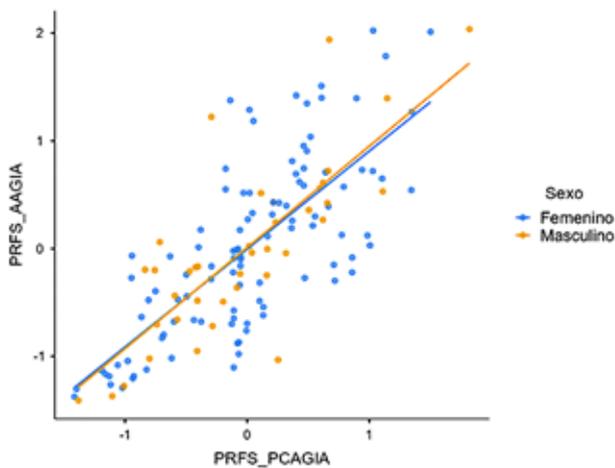
El valor-t extremadamente alto para PCAGIA y su p-valor asociado de < .001 reafirma la solidez de esta relación en el conjunto de datos. Es una indi-

cación fuerte de que esta no es una relación esporádica o una coincidencia en este conjunto particular de datos, sino que es probable que represente una tendencia real en la población subyacente.

Los resultados sugieren que la forma en que el público percibe la creatividad del arte generado por IA es intrínsecamente ligada a su aceptación. En esencia, la originalidad y la innovación son centrales en la percepción y valoración del arte, ya sea creado por humanos o máquinas. Las instituciones artísticas, los creadores y los educadores podrían considerar este hallazgo al pensar en cómo introducir y contextualizar el arte generado por IA para el público más amplio.

### Figura 1

#### Regresión lineal simple de AAGIA por PCAGIA



Fuente: Elaboración propia

## 4. DISCUSIÓN

La integración de la inteligencia artificial en el ámbito artístico ha suscitado un debate académico y cultural profundo. Los datos presentados en este estudio reflejan una percepción diversificada y matizada sobre la aceptación y percepción de la creatividad del arte generado por IA.

Beaty y Kenett (2023) postulan que en el corazón de la creatividad yace el pensamiento asociativo. La IA, con sus capacidades para conectar y analizar vastas cantidades de datos, sin duda posee un potencial asociativo. Sin embargo, ¿esto se traduce en una creatividad que es valorada por el público general? Nuestros resultados, especialmente con la media de 2,87 en PCAGIA1, sugieren que las imágenes generadas por IA son percibidas como originalmente creativas por una significativa porción de la muestra.

Sin embargo, la preocupación por la autenticidad y el valor intrínseco del arte generado por máquinas es palpable. Bellaiche et al. (2023) exploran este dilema, sugiriendo que existe una inclinación hacia el arte humano. Nuestros datos sobre la aceptación del arte generado por IA (AAGIA) con una media de 2,27 en el ítem AAGIA4 respaldan esta noción, sugiriendo que, si bien hay interés en aprender más sobre las tecnologías de IA en la educación artística, aún hay cierta reserva en comparar la creatividad de la IA con la del arte humano.

La obra de Millet et al. (2023) resalta la idea de un “sesgo antropocéntrico” en el arte. Esto parece reflejarse en los coeficientes de nuestro modelo, donde PCAGIA presenta un fuerte predictor positivo (0,92) para la aceptación del arte generado por IA. Es decir, aquellos que valoran la creatividad en el arte de IA son también más propensos a aceptarlo como una forma legítima de arte. Esto podría interpretarse a la luz de las ideas de Millet y colegas, en el sentido de que superar el sesgo antropocéntrico podría ser clave para una mayor aceptación del arte generado por máquinas.

Además, Terzidis, Fabrocini y Lee (2023) reflexionan sobre la naturaleza de la intencionalidad en el arte generado por IA. Nuestros datos sugieren que, si bien hay reconocimiento de la innovación técnica de la IA (PCAGIA2 con una media de 2,85), la percepción de intencionalidad, o de un “mensaje” intrínseco, podría no ser tan fuerte, lo que puede contribuir a la menor valoración de la creatividad de la IA en comparación con la humana.

## 5. CONCLUSIONES

La relación entre la IA y el arte, está respaldada por una rica tradición académica y nuestra investigación, no es meramente una cuestión de tecnología, sino una reflexión profunda sobre qué significa ser creativo en el siglo XXI. El arte, en todas sus formas, es un reflejo de su tiempo y contexto. Como tal, la emergencia del arte generado por IA es un espejo de nuestra época, marcada por la convergencia entre humanidad y máquina, y el constante cuestionamiento de las barreras que una vez consideramos inquebrantables.

Al entrelazar los hallazgos de este estudio con las contribuciones teóricas de destacados autores, queda claro que la percepción y aceptación del arte generado por IA se encuentra en un punto de inflexión. Si bien se reconoce la capacidad técnica y el potencial innovador de la IA, aún persisten reservas sobre

su capacidad para igualar o superar la profundidad emotiva y la intencionalidad del arte humano. A medida que la IA continúa evolucionando y su integración en el mundo artístico se profundiza, es probable que estas percepciones también se transformen.

La discusión sobre la IA y el arte, lejos de ser concluyente, nos abre puertas a innumerables interrogantes sobre la creatividad, la originalidad y el valor del arte. Mientras que los puristas pueden mantener sus reservas, es innegable, a la luz de nuestros resultados y la literatura existente, que el arte generado por IA ha encontrado un lugar en el espectro artístico contemporáneo. Es nuestra responsabilidad como académicos, artistas y consumidores de arte, navegar en este nuevo terreno con curiosidad, apertura y rigor crítico.

## 6. REFERENCIAS

- Beaty, R. E., & Kenett, Y. N. (2023). Associative thinking at the core of creativity [Review]. *Trends in Cognitive Sciences*, 27(7), 671-683. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2023.04.004>
- Bellaiche, L., Shahi, R., Turpin, M. H., Ragnhildstveit, A., Sprockett, S., Barr, N., Christensen, A., & Seli, P. (2023). Humans versus AI: whether and why we prefer human-created compared to AI-created artwork [Article]. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 8(1), Article 42. <https://doi.org/10.1186/s41235-023-00499-6>
- Brook, T. (2023). Music, Art, Machine Learning, and Standardization [Article]. *Leonardo*, 56(1), 81-86. [https://doi.org/10.1162/leon\\_a\\_02135](https://doi.org/10.1162/leon_a_02135)
- Choi, S. K. (2023). The AI Laocoön: Art and the Artificial Imagination, or Survival Aesthetics in the Anthropocene [Article]. *Leonardo*, 56(3), 237-243. [https://doi.org/10.1162/leon\\_a\\_02307](https://doi.org/10.1162/leon_a_02307)
- Fan, X., & Zhong, X. (2022). Artificial intelligence-based creative thinking skill analysis model using human-computer interaction in art design teaching. *Computers and Electrical Engineering*, 100, 107957. <https://doi.org/10.1016/j.compeleceng.2022.107957>
- Fortuna, P., Modliński, A., & McNeill, M. (2023). Creators Matter. Perception and Pricing of Art Made by Human, Cyborgs and Humanoid Robots [Article]. *Empirical Studies of the Arts*, 41(2), 331-351. <https://doi.org/10.1177/02762374221143717>
- Kalpokiene, J., & Kalpokas, I. (2023). Creative encounters of a posthuman kind – anthropocentric law, artificial intelligence, and art. *Technology in Society*, 72, 102197. [https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102197](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102197)
- Kongdee, N., & Israel, M. (2023). The Creation of Digital image in Thai Cultural using AI generated. 8th International Conference on Digital Arts, Media and Technology and 6th ECTI Northern Section Conference on Electrical, Electronics, Computer and Telecommunications Engineering, ECTI DAMT and NCON 2023,
- López-González, M. (2023). Emotional creativity. In *Language and Emotion* (Vol. 3, pp. 1437-1470). <https://doi.org/10.1515/9783110795486-005>
- Luo, N., Guan, T., & Wang, J. (2023). Is Creativity Masculine? Visual Arts College Students' Perceptions of the Gender Stereotyping of Creativity and Its Influence on Creative Self-Efficacy [Article]. *International Journal of Art and Design Education*, 42(2), 312-326. <https://doi.org/10.1111/jade.12454>
- Maître, H. (2023). Aesthetics in digital photography [Book]. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85166137119&partnerID=40&md5=e04fb9c7ec474a6feb84c9f3de153d6b>
- Millet, K., Buehler, F., Du, G., & Kokkoris, M. D. (2023). Defending humankind: Anthropocentric bias in the appreciation of AI art. *Computers in Human Behavior*, 143, 107707. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107707>
- Sion, A., Czamanski-Cohen, J., Halbrecht-Shaked, O. C., Galili, G., & Cwikel, J. (2023). Self-correction, digital art making and stress reduction [Article]. *Arts in Psychotherapy*, 85, Article 102060. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2023.102060>
- Steen, S. (2023). The creativity complex: Art, tech, and the seduction of an idea [Book]. <https://doi.org/10.3998/mpub.12083938>
- Terzidis, K., Fabrocini, F., & Lee, H. (2023). Unintentional intentionality: art and design in the age of artificial intelligence [Article]. *AI and Society*, 38(4), 1715-1724. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01378-8>
- Zamboni, J., Viana, D. M., Rodrigues, L., & Consalvo, M. (2023). Expressive Elements of Lifelike Machines [Article]. *International Journal of Social Robotics*, 15(6), 879-891. <https://doi.org/10.1007/s12369-023-00994-2>