

# DESIGNIO IA

**Autor:**

Diego Contreras-Morales

Orcid: 0000-0002-7085-8497

---

## Resumen

En 2023, las expresiones y comentarios en las redes sociales digitales sobre las imágenes creadas a través de aplicativos de Inteligencia Artificial (IA) son diversas y, en su mayoría, las opiniones parecen concentrarse sobre su performance. Muchas personas se sorprendieron por los resultados y la velocidad con la que estos aplicativos van perfeccionándose y cómo ciertos usuarios van desarrollando órdenes escritas (prompts). El presente ensayo estudia estas manifestaciones a partir de la teoría de la performance, en las que el valor de la imagen se da no por su originalidad o creatividad, sino por su capacidad de representar, de ser mimética. El argumento principal de este ensayo es que las herramientas de este tipo se valoran desde una dimensión performática y economicista, en la que se concibe que la IA produce imágenes no por su capacidad creadora, sino por su eficiencia para representar imágenes figurativas. Estas imágenes mantienen varios elementos estetizantes del retoque digital, en la que aplicativos como Midjourney son vistos y usados como robots que trabajan y, por lo tanto, su impacto futuro genera una incertidumbre laboral para los campos del diseño gráfico y el fotodiseño, entre otros ámbitos de la producción visual.

## Introducción

La aparición de una serie de herramientas de inteligencia artificial generativa, relacionadas a la imagen, supone una serie de cambios en la forma de ver el futuro de varios profesionales en muchas disciplinas relacionadas a las artes aplicadas. Aun cuando no fue la primera en emerger, muchos consideran a Midjourney (2022) como la IA generativa estrecha o *artificial narrow intelligence* (ANI) (Saghiri y otros, 2022), marcando una clara diferencia con imágenes creadas por otras IA. Cuando se vieron las primeras imágenes creadas por la IA —por ejemplo, a través de Deep Dream de Google (2015)—, en lo reproducido por sus algoritmos resultaba evidente las lógicas estadísticas para su creación. Algunas personas se burlaron, dado que la representación tenía esta aparente aleatoriedad y no parecía tener sentido.

El algoritmo de esta IA, al usar redes neuronales, creaba patrones, pero estos dependían de lo que producíamos como humanos y subíamos al Internet. Lo cierto, según los expertos, es que la IA “tenía que ser entrenada”, de la misma forma que podría enseñarse a otra persona a escribir, a través de las interacciones con usuarios: “Deep Dream podía aprender”.

En este sentido, esta idea de aprender o ser entrenada implica una cosa: entender a esta IA como un agente o ente. Sin embargo, lo interesante es que, tanto Midjourney, Dall-E, Stable Diffusion, NightCafe, Playground, entre otras ANI, se entrenaron para imitar a la fotografía o a la ilustración humana, con un

enfoque altamente figurativo. Ahora bien, ¿es posible hacer imágenes no figurativas? Sí, evidentemente; pero ciertos grupos celebraban esta capacidad de ser “foto realista”. En ese sentido, se alaba la eficiencia y eficacia de la IA para imitar el mundo, pero no “la realidad”, sino un aspecto de ella, reproducido por miles de imágenes que la alimentan.

Para dar contexto, el término “robot” puede ser algo común en pleno siglo XXI; pero, a principios del siglo XX, aún no existía. Carel Čapek introducía este término en su obra de teatro *Rossumovi Universali Roboti* o R. U. R. (1920). El significado original de robot viene del vocablo polaco *robota*, que significa “trabajo”; es decir, un robot es un trabajador. Esto tiene cierto sentido; ya que, cuando se escribe un *prompt* para una ANI, se escriben órdenes a ejecutar, pero la forma de llevar a cabo esta encomienda la ordena el humano. Si fuese una IA basada en una red generativa adversativa, en la que los seres humanos no intervienen, aprendería a partir del algoritmo original. Sin embargo, vale preguntarse, si el ser humano programa este algoritmo, ¿quién decide?

Una pregunta interesante que puede hacerse uno es si este trabajador es realmente libre para tomar sus decisiones y crear como lo haría un humano. La pregunta es: ¿los humanos crean libremente?; ¿lo hacen de formas más puras e inmotivadas que la IA?; ¿no reciben órdenes para realizar sus trabajos?; y, finalmente, ¿uno podría estar reproduciendo ciertos patrones al momento de crear imágenes, los cuales pueden entenderse como lenguaje?

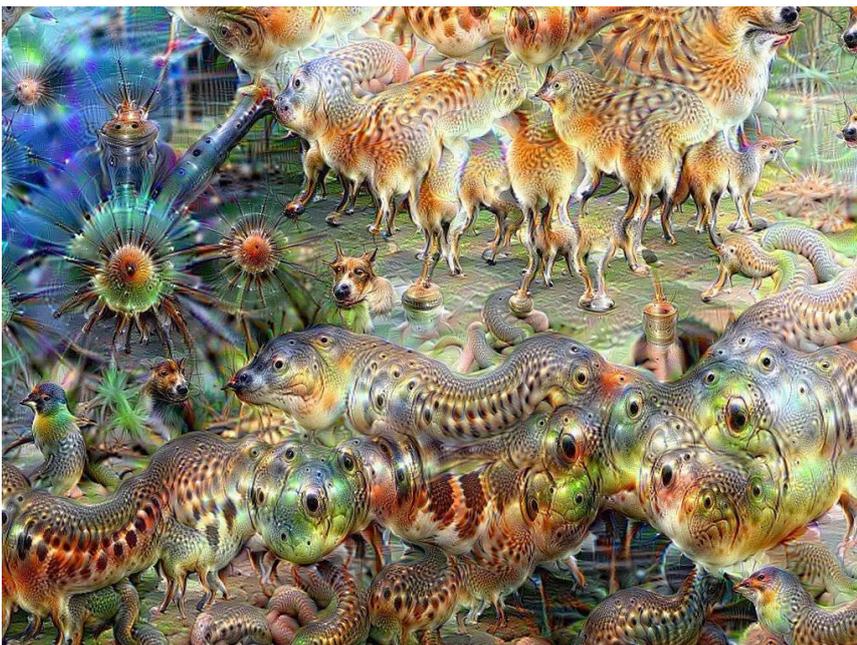


Figura 1. Imagen creada por Deep Dream (2015).

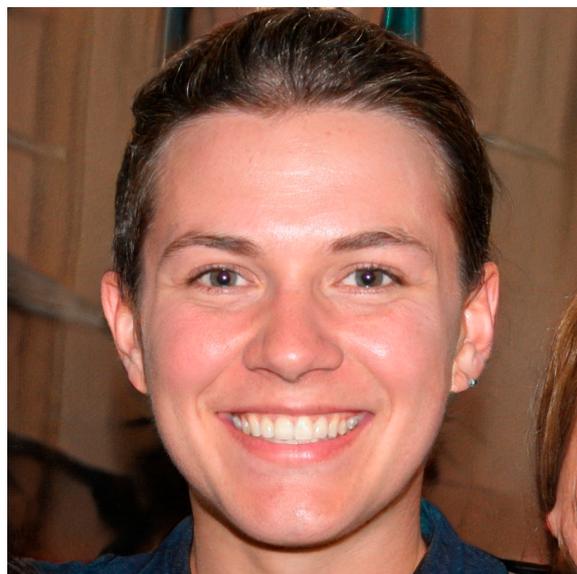
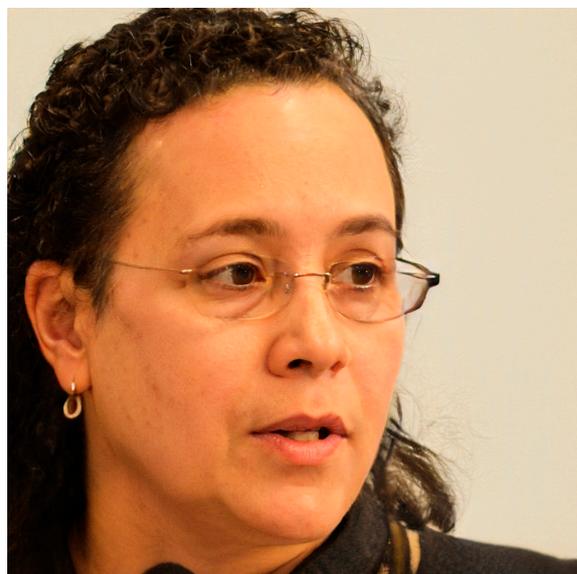
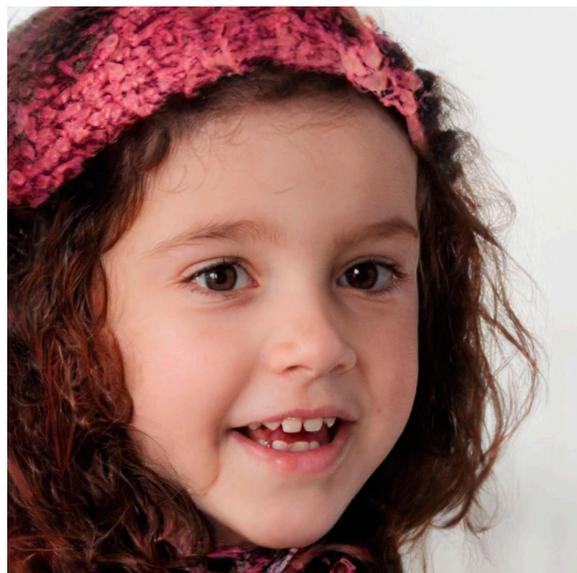
## Eficiencia y eficacia

Peter Drucker (McKenzie, 2001), el otrora gurú de las empresas y gerencias de innovación, introdujo un concepto a este campo: la performance. La performance de una máquina se mide a partir de su eficiencia, su eficacia y su efectividad. En este sentido, cada término adquiere una dimensión de estas máquinas. La eficiencia es hacer la tarea con el uso inteligente de recursos, ya sean materiales, humanos o de tiempo, etc. Asimismo, si una máquina realiza su tarea de forma rápida utilizando menor cantidad de recursos que su predecesora, será eficiente. Además, para que una máquina sea eficaz, necesita realizar su tarea orientada al logro. Por su parte, una máquina efectiva es aquella que realiza su tarea de forma eficaz y eficiente.

Las inteligencias artificiales generativas son constantemente evaluadas, aprenden a partir de valoraciones y reescritura de sus algoritmos; sin embargo, muchos de estos avances se materializan a partir de un criterio de eficiencia y eficacia a la evaluación de la herramienta. No obstante, eficiencia y eficacia están siempre matizadas con la relación fotorrealista o figurativa; en ese sentido, la efectividad se determina por esta congruencia con “la realidad”, pero matizada con el esteticismo otorgado a través de las herramientas de retoque o, inclusive, los mitos culturales que se reproducen en el mundo. En este sentido, la mimesis sería su referente más claro.

## El espejismo y la mimesis

Desde su aparición, la fotografía se integró de manera progresiva al mundo del arte y el diseño. Empezó a coexistir e interrelacionarse con las vanguardias artísticas. A finales del siglo XIX, la fotografía era una herramienta para las prácticas pictóricas como método de apunte; durante el primer tercio del siglo XX, estuvo fuertemente relacionada con el Dadá, la Bauhaus y el Constructivismo ruso, entre otras vanguardias artísticas. Por otro lado, su uso en el campo del periodismo, una vez que se lograron los hitos técnicos para su impresión, tuvo una estrecha relación con esta práctica (Benjamin, 2008). Superada la segunda mitad del siglo XX, los artistas pop de diferentes latitudes utilizaron intensamente la imagen fotográfica como objeto o materialidad.



**Figuras 2, 3 y 4.** Tres imágenes generadas a través de la página <https://thispersondoesnotexist.com/>

Las tres imágenes generadas en [thispersondoesnotexist.com](http://thispersondoesnotexist.com) son representaciones por computadora que simulan un rostro humano con varias características que podríamos definir como realistas, salvo pequeños detalles en algunos elementos. El resultado es bastante convincente para simular la fotografía, no cuenta con lo que suele ser comúnmente representado en las imágenes de Midjourney, en las que la IA aplica.

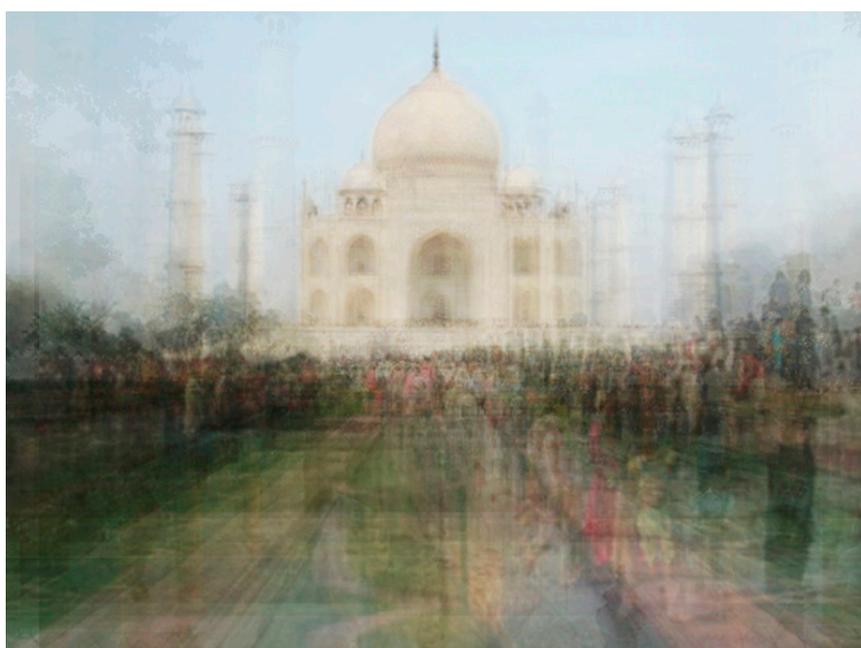
No sería hasta finales del siglo XX, con la fotografía digital y el advenimiento del Internet con la posibilidad de compartir imágenes, que ciertas particularidades de la fotografía son puestas en cuestión en la arena teórica. Joan Costa y Joan Foncuberta publicaron *Foto-diseño* (1990), que introducía dos conceptos nuevos, pero con una historia detrás muy larga: fotodiseño y fotografismo, dos tipos de prácticas de la imagen fotográfica que devienen de la historia del siglo XX. A la postre, la postfotografía (Foncuberta, 2016) es la que se acerca más a estas expresiones fotográficas que producen las IA generativas. El concepto como tal hace referencia a que la fotografía no es (y nunca fue) una tecnología que inscribe la realidad en un fotograma, sino que la postura postfotográfica implicaría una prescripción de sentido como lo es la escritura.

Trabajos artísticos como el de Corinne Vionnet nos interpelan por el gesto fotográfico que la humanidad reproduce gracias a la utilización del móvil y sus redes. ¿Para qué tomar más fotos de un monu-

mento si ya tenemos suficientes? ¿Para qué tomar más fotos si la IA puede crear imágenes a través de las órdenes que le damos? A manera de respuesta, Joan Foncuberta nos propone que este alarmismo sobre la IA es totalmente infundado:

No me da ningún miedo el futuro de la inteligencia artificial. ¿Qué causa la alarma? La causa el hecho de que podamos llegar a confundir lo que es el producto de una cámara con lo que ha hecho un ordenador, y eso en determinados sectores, como el periodismo y la fotografía documental, crea un problema de cuestionamiento, de descrédito de lo testimonial y documental (Ribas, 2023, s. p.).

En el artículo citado, Joan Foncuberta menciona que la aparición de la inteligencia artificial es muy similar al debate sobre la condición artística de la fotografía con su aparición (Ribas, 2023). Así, este debate congénito en la emergencia de la tecnología fotográfica se repite, solo que ahora busca desplazar a fotógrafas y fotógrafos del globo. La discusión es laboral, económica y de productividad. Sin embargo, la preocupación de Foncuberta, en esta cita, se basa en la veracidad de la imagen, en su asociación con disciplinas que tienen un marco de trabajo sobre la realidad, como el periodismo y la fotografía documental.



**Figura 5.** Corinne Vionnet, en <https://corinnevionnet.com/>

Si pensamos en lo que significó el surgimiento de programas de computadora que permitían a las personas diseñar digitalmente, es evidente que este nuevo paradigma trajo consigo una serie de cambios en ciertas reglas de juego del trabajo en diseño gráfico y su enseñanza. Al año 2023, es casi imposible imaginar el diseño gráfico alejado de una computadora, más aún cuando millones de sus productos visuales se consumen a través de pantallas de computadores en todo el mundo. La emergencia de estas tecnologías tiene una larga tradición y evoluciones propias de este desarrollo tecnológico. Por otro lado, los primeros programas con los que se podía generar imágenes se basaban en códigos; es decir, el desarrollo de las interfaces y del mouse fueron claves en la adopción de estas tecnologías para los diseñadores.

Por ejemplo, publicidad en redes sociales del helado Sin Parar, de la marca D'onofrio, utilizaba aplicativos de IA para diseñar, pero el propósito era seguir tendencias que estaban dándose en el mercado; por ejemplo, imágenes relacionadas a la película *Transformers: El despertar de las bestias*, *Oppenheimer* o *Barbie* (2023). El objetivo no

era hacer una imagen que fuese reconocida como una fotografía realista, sino como una imagen que reproduzca el meme del momento.

Las IA como Midjourney hacen que una persona con habilidades digitales mínimas, usando lo que los programadores llaman "lenguaje natural", pueda crear imágenes digitales con palabras. Ciertamente, la incertidumbre de lo que pueda llegar a hacer esta IA preocupa a muchas personas del medio fotográfico y el diseño; pero, ¿para qué creamos imágenes? Por otro lado, las imágenes son producto de lo que el Internet puede ofrecer como referencia, dado que las trabaja a partir de lo que es el *big data*. Esto lleva a preguntarnos: ¿cuál es el lugar de las diseñadoras y diseñadores?, ¿cuál es su rol? Después de la aparición de estas tecnologías, ¿qué es diseñar? Etimológicamente, diseñar es designio, mandato, orden. Por asociación, usar un *prompt* es diseñar, pero esto invisibiliza una serie de procesos y procedimientos que hace cualquier profesional del diseño para crear una pieza gráfica.

Alguien, de forma osada, podría decir que la IA hace el proceso de investigar referentes, reproducir las





Figuras 6 y 7. Imágenes de la cuenta de Instagram de Sin Parar<sup>1</sup>.

reglas de composición, elegir la fuente tipográfica de manera eficiente y proponer imágenes fotográficas (o alguna ilustración o dibujo) para una pieza de diseño. Quizás pueda ser funcional para un interés económico o de venta. Porque, aunque la IA pueda generar imágenes, estas son imitaciones o parten de un referente que fue entrenado para que sea mimético con la realidad, pero es una realidad que se va constituyendo a partir de las imágenes que las personas suben al Internet. Cuando la creatividad es invocada, se basa casi siempre en un elemento. “La diferencia” de una pieza gráfica puede reconocerse por su originalidad, por su capacidad de proponer algo nuevo. Las vanguardias artísticas tienen este origen seminal; a contrapelo, la IA generativa tiene un origen mimético.

Por otro lado, al convertirse la IA en un facilitador en la recreación de imágenes, nos cuestiona sobre dos cosas: ¿cuál es el origen y autoría de estas nuevas imágenes? Ya que, en el fondo, esta nueva imagen es un conjunto de operaciones que la alejan de las imágenes originales, pero que reproducen este

origen en sus formantes, como, color, pose, plano, objetos, composición, entre otros. Esta tensión de la propiedad es consistente con la mirada costo-eficiente de la herramienta.

Un grupo de artistas de California presentó una demanda en la que planteaban que Stability AI, DeviantArt y Midjourney infringían los derechos de autor (El Comercio, 2023) y alegaban que usaban sus obras protegidas por estos derechos.

En ese sentido, podemos ver el capítulo “Joan is Awful” de la sexta temporada de la serie *Black Mirror* (transmitida por Netflix), donde los derechos de autor son clave en la representación. El personaje principal de este capítulo cede los derechos de uso de su imagen, siendo reproducidos por una IA y, en un interminable metatexto, vemos como varias actrices y actores son representados habiendo perdido sus derechos para decidir sobre su propia imagen.

1. Imágenes obtenidas de <https://www.instagram.com/p/Cu-oUo7JtSH/> y <https://www.instagram.com/p/CtSlpTbtt1f/>, respectivamente.

En el Cocreación Studio del MIT, se llevaron a cabo investigaciones y reflexiones sobre el impacto y uso de la IA para la creación de *deepfakes*, con un particular énfasis en el ámbito político, entendiendo *deepfake* como: “Audios y/o videos sintetizados por computadora que hacen parecer que determinada persona ha hecho o dicho cosas que nunca hizo o dijo (traducción propia)” (Ajder & Glick, s. f.) Parte del centro de la discusión en este grupo de cocreación es: ¿qué sucede con las personas vulnerables que no son capaces de detectar esta “broma”, en la medida que no todas las personas nos encontramos en igualdad de condiciones para entender y actuar frente a estas representaciones, pudiendo entender como verosímil o real una imagen sarcástica o usada con otros fines. ¿Cómo nos puede exponer a “malas intenciones”? Todo esto parte de la relación de representación figurativa o real que se le concede a la cámara, no a su capacidad de crear nuevas visualidades alejadas de esta “realidad visual”. En este sentido, la accesibilidad para crear imágenes “realistas” y la reproducción de esta visualidad nos lleva a una problemática muy ligada, y a veces reñida, con la ética y la ideología. En todo caso, para redondear este punto, la IA se usa para imitar, para que sea mimética.

## Reflexiones finales

Si seguimos maravillándonos de la eficiencia y eficacia de la IA para generar imágenes, textos, sonidos, voces, entre otras cosas, podemos estar cayendo en una suerte de espejismo o paradoja. En principio, la fotografía enfocada en la indexicalidad —es decir, con propiedades de señalar, propia del periodismo y el documental—, por el momento seguirá siendo valiosa. Sin embargo, las implicaciones políticas en el futuro pueden ser grandes, así como los temas relacionados a los derechos de uso en las imágenes generadas sobre la base de personas reales. Finalmente, en el campo del fotodiseño y la postfotografía, las imágenes se usan para prescribir significados, son enunciados visuales, una forma de escribir, donde la IA es como el lápiz que empuñamos, no la mente en la que se concibe la imagen.

Existe un sentido común de que las inteligencias artificiales generativas son democratizadoras. Desde este ensayo, se propone una serie de pulsiones que van reconstituyendo la forma en que se ejerce poder en ese ámbito. Las personas que validen las imágenes tienen un rol importantísimo, tanto aque-

llas abanderadas del desarrollo de prompts. No es que todo el mundo pueda acceder de forma igualitaria a este tipo de tecnologías; pero es posible que, en un futuro cercano, las IA enfocadas en la creación de imágenes terminen convirtiéndose en otra herramienta más, en un conjunto de herramientas para la creación visual.

Algunas personas creen que las IA no tienen sesgos, pero la experiencia nos deja claro que estas tecnologías reproducen también los sesgos de sus alimentadores; es decir, de los millones de seres humanos que producen imágenes y las suben a Internet. Así, aunque parece ser un lugar inocuo, lo que se podría terminar produciendo es una homogeneización de la visualidad. En la actualidad (año 2023), aún nos encontramos en fase de desarrollo y experimentación, por lo que será menester de quienes nos dedicamos a la creación de imágenes de participar activamente en esta experimentación, para estudiarla y reconocer con otra mirada sus alcances y límites, más allá del foco mercantil o laboral.

Las academias y profesionales de la creación visual deben comenzar a reevaluar, e inclusive a redefinir qué es lo que hace su disciplina. La inteligencia artificial cambia el juego del trabajo, en muchos sentidos, creando nuevas materialidades visuales, nuevos procesos de integración, otras formas de contrastar información. Pero, así como existe el diseño centrado en el humano, debemos pensar en un diseño conducido por él, para poder discriminar lo nuevo de lo mimético o lo reiterativo.

Personalmente, me gustaría saber qué hubiera sido si la IA hubiera continuado su camino de recombinación sin los mandatos humanos sobre un “fotomimetismo” que tiene un componente de foto-manipulación importante, que a veces plastifica, como propondría Foncuberta (Alonso, 2013), “crea ciborgs”... ¿Qué imágenes nos habremos perdido?

## Referencias

- Ajder, H. & Glick, J. (s. f.). *Just Joking. Deepfakes, satire and the politics of synthetic media*. MIT, Cocreacion Studio. <https://cocreationstudio.mit.edu/just-joking/>
- Alonso, J. (2013). *Joan Foncuberta – La Postfotografía* [archivo de video]. RTVE, 13 de junio. <https://www.rtve.es/play/videos/creadores/aventura-del-saber-joan-fontcuberta-postfotografia/1870690/>
- Benjamin, W. (2008). *The Work of Art in the Age of its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Fontcuberta, J. (2016). La furia de las imágenes: notas sobre la postfotografía.
- McKenzie, J. (2001). *Perform or else: From discipline to performance*. Nueva York/Londres: Routledge.
- Metz, C. (2017). El arte de la inteligencia artificial. *The New York Times*, 17 de Agosto. <https://www.nytimes.com/es/2017/08/17/espanol/inteligencia-artificial-arte-musica-google-magenta-nsynth.html>
- Ribas, A. (2023). Joan Foncuberta: El alarmismo por la inteligencia artificial es totalmente infundado. *Ara*, 15 de setiembre. [https://es.ara.cat/cultura/fotografia/joan-fontcuberta-alarmismo-inteligencia-artificial-parece-absolutamente-infundado\\_1\\_4801199.html](https://es.ara.cat/cultura/fotografia/joan-fontcuberta-alarmismo-inteligencia-artificial-parece-absolutamente-infundado_1_4801199.html)
- Saghiri, A. M. y otros (2022). A Survey of Artificial Intelligence Challenges: Analysing the Definitions, Relationships, and Evolutions. *Applied Sciences*, 12 8. <https://doi.org/10.3390/app12084054>