

MITOS Y REPRESENTACIONES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Editores

Gastón Becerra | Joaquín Mezzadra | Guillermo Movia



Visibilizando los mitos de la IA. Una reflexión desde el diseño

Patricio Medina

Sobre el proceso de diseño de la portada de este libro

En el marco de la Práctica Profesional Supervisada, que es una de las últimas instancias que recorre un alumno para culminar la Licenciatura en Diseño Gráfico de UFLO Universidad, es que se encomendó la realización de la portada para este ejemplar titulado *Mitos y representaciones de la inteligencia artificial*, bajo la coordinación de la Licenciatura en Sociología de UFLO y los profesores Gastón Becerra, Joaquín Mezzadra y Guillermo Movia, quienes oficiaron como comitentes de este proyecto. Desde el primer intercambio con el comitente, el proyecto se presentó como una invitación a pensar gráficamente una portada destinada a reflexionar sobre el modo en que la sociedad interpreta y representa la IA

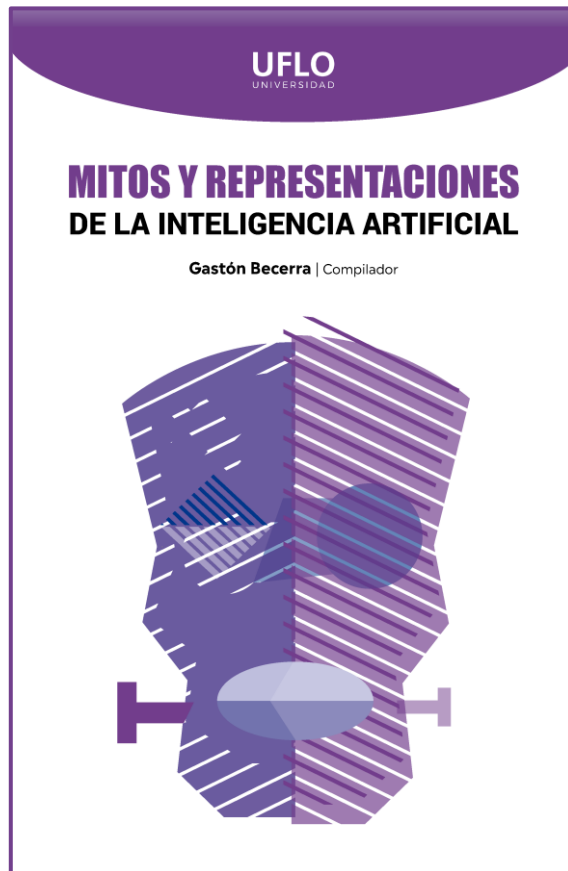
Se inició el proyecto indagando en el enfoque sociológico, dado el rol de los comitentes en ese campo y la forma en que presentó la propuesta, centrada en analizar cómo se construyen y circulan ciertas ideas sobre la inteligencia artificial en la sociedad como construcciones simbólicas. Entendiendo que los mitos y las representaciones, dos palabras que formaban parte del título de este libro, son formas de entender alguna parte de la realidad de la IA. En esa línea, se exploró qué entendíamos por inteligencia artificial dentro del imaginario colectivo y cómo este concepto está atravesado por expectativas, temores y otras connotaciones.

A partir de ahí, se definió un concepto rector para el abordaje visual “la alegoría de la caverna” — también conocida como “mito de la caverna” — elaborada por Platón. Esta antigua parábola plantea una situación en la que un grupo de prisioneros solo puede ver sombras proyectadas sobre una pared, sin acceso a los objetos reales que las producen. En este relato, las sombras representan una versión incompleta y deformada de la realidad. Esta imagen se volvió central en el desarrollo del diseño. Se propuso pensar a la inteligencia artificial como una proyección difusa de la realidad, ideas exageradas, con una impronta de ciencia ficción, representada como “robot malvado”. El diseño buscó entonces hacer visible ese juego de percepción y distorsión.

Durante el proceso surgieron, a partir de esta idea central, muchas propuestas de representaciones.

Una máscara compuesta de elementos como el rostro de un robot, una calavera y referencias al mito del monstruo del Doctor Frankenstein (*Figura 1*), condensando la idea del temor a la creación que escapa del control de su creador, que fue finalmente la propuesta escogida por el comitente.

Figura 1
Calavera / Frankenstein



Fuente: Elaboración propia

La idea rectora de la reinterpretación visual de la alegoría de la caverna (*Figura 2*), donde las sombras proyectadas dan lugar a una figura de un robot amenazante, pero detrás de esta figura, representando la realidad oculta, se revelan

Visibilizando los mitos de la IA. Una reflexión desde el diseño

diagramas de flujo y formas geométricas, rectángulos, rombos, estructuras propias del funcionamiento lógico de los algoritmos.

Figura 2

Alegoría de la caverna



Fuente: Elaboración propia

También se desarrollaron variantes visuales que retoman creencias extendidas sobre la IA, como la idea de que “es una computadora que piensa” (Figura 3) o que llegará a ocupar roles de poder, por ejemplo, como jefes en empresas (Figura 4), condensando imágenes colectivas que circulan en el imaginario social.

Figuras 3 y 4
Computadora piensa



Fuente: Elaboración propia

También se contemplaron alternativas más abstractas y minimalistas, destinadas a quienes prefieren una lectura visual más sutil pero igualmente profunda, de la lógica que subyace tras el concepto de la IA (Figuras 5, 6 y 7).

Figuras 5, 6 y 7

Alternativas abstractas



Fuente: Elaboración propia

Estas decisiones se sostuvieron en un partido gráfico que acompañó al concepto. Se utilizaron líneas limpias y formas sintéticas, considerando además la lógica cromática institucional, donde cada carrera se identifica por un color específico en las piezas comunicacionales de la universidad. En ese sentido, se trabajó con una paleta centrada en el violeta, color que representa a la Licenciatura en Sociología.

La figura del monstruo del Doctor Frankenstein

Entre las distintas propuestas de diseño para el desarrollo de la portada de este compilado, una de las imágenes que cobró mayor fuerza fue la de una máscara que remite, simultáneamente, al rostro de un robot, a una calavera y a la figura del monstruo de Frankenstein.

La elección responde, por un lado, a una demanda propia del campo del diseño gráfico, sintetizar conceptos complejos en una imagen pregnante, de lectura rápida pero cargada de sentido. Como bien señaló uno de los referentes en diseño gráfico, Herbert Bayer, la “claridad funcional” consiste reducir la forma a lo esencial para que el mensaje se comprenda de inmediato (Bayer, 1967). Y por otro, el objetivo central del proyecto presentado por el comitente, visibilizar los mitos que circulan sobre la inteligencia artificial y cuestionar su construcción simbólica.

Desde el diseño, era necesario crear un recurso que condensara múltiples lecturas, capaz de dialogar a partir de un imaginario compartido, el de la creación que se vuelve incontrolable, de modo que se propuso una imagen que apelara a ese imaginario. La propuesta lograda remite notoriamente al monstruo de Frankenstein, un ícono cultural que condensa la idea de una creación hecha con retazos, que cobra vida y se pone en contra de su creador. También puede evocar, en otra posible capa de lectura, a personajes como el gólem de Praga, una figura ancestral construida para proteger, pero que se vuelve impredecible. Incluso, desde un registro más popular, la referencia puede acercarse a Terminator, donde la tecnología toma forma humana y actúa por cuenta propia.

Estas asociaciones no se presentan de forma literal, sino como señales visuales, generando un nuevo concepto, el de una máscara híbrida, con una pseudosimetría como si intentara copiar un rostro real sin llegar a lograrlo por completo. La intención no es ilustrar a la IA, sino sugerir un posible camino del imaginario colectivo. Desde el diseño se buscó abrir esa lectura, a partir de lo que la inteligencia artificial evoca. Esa evocación dio forma a la máscara, a partir de figuras instaladas en el imaginario social, alimentadas por deseos, temores y narrativas compartidas. Se eligieron estas referencias como punto de entrada conceptual y emocional, aprovechando su potencia simbólica para captar la atención y generar una conexión inmediata con el contenido. Estas figuras funcionan como acceso inicial al tema, invitando a detenerse, reconocer algo familiar y, desde ahí, abrirse a la reflexión que propone el libro.

El uso de una máscara también respondió a un recurso retórico, permitiendo un juego interesante entre lo oculto y lo revelado, lo humano y lo artificial, lo genérico y lo específico.

La intención desde lo gráfico fue que esta máscara fungiera como un nexo simbólico entre el contenido sociológico del libro y la experiencia visual del lector al ver la portada. Como un puente semiótico que permitiera conectar lo visual y lo conceptual mediante un código compartido, anticipando un poco el contenido del mismo. De modo que la imagen como una parte de la totalidad de la obra, es una proyección inicial que, como sombra, insinúa sin develar por completo. La máscara cumple ese rol, actúa como fragmento y señal, diseñada para despertar la percepción y preparar el terreno simbólico del contenido. En esa lógica, se plantea como una invitación al movimiento. Así como el prisionero de la caverna, enfrentado a las sombras, alcanza un punto de inflexión que lo impulsa a girar el cuello y comenzar el trayecto hacia aquello que se encuentra fuera de la caverna, esta imagen busca provocar un gesto análogo, un leve desplazamiento que invite a abrir la tapa, a retirar simbólicamente esa máscara inicial y participar activamente de la lectura, en dirección a una comprensión más amplia, más despierta y más próxima a lo real.

El rol del contexto, el observador y el lector

Toda esta estrategia se sostuvo desde la propuesta del comitente y público objetivo, los interesados en la IA y en lo social. Por eso, el foco, además de contemplar la propuesta del cuerpo docente de la carrera de sociología, consideró a los usuarios del libro, movilizados por el interés en los temas propuestos en esta obra, ya sean estudiantes de sociología, personas curiosas por los debates contemporáneos sobre la inteligencia artificial o lectores no especializados que buscan comprender las temáticas contenidas en este ejemplar.

Teniendo en cuenta el potencial segmento de interesados, se comenzó a dar forma al diseño de *Mitos y representaciones de la inteligencia artificial* entendiendo para quién se diseñaba y qué tipo de encuentro se buscaba habilitar entre el contenido y sus destinatarios. Hablamos de quienes estamos interesados en la IA pensada desde sus efectos sociales, culturales y simbólicos. Quienes, sin ser necesariamente académicos, pero sí inquietos, nos detenemos a pensar en cómo funcionan las cosas y qué significan. Este perfil fue el que orientó el diseño hacia una propuesta visual que pudiera leerse con naturalidad dentro de ese entorno, clara, directa, y sobre todo, que pudiera generar un sentido.

Como señaló Jorge Frascara, el diseño gráfico interviene de forma activa en la construcción de sentido, participa activamente en la construcción de significados (Frascara, 2006). Lejos de ser un mero envoltorio estético, la portada fue concebida como un artefacto cultural, en diálogo con el contenido, con capacidad de posicionar al lector en un estado de recepción crítica. Así como los mitos funcionan como dispositivos para narrar y explicar lo desconocido, el diseño también puede ser un dispositivo para visibilizar lo que suele quedar oculto, las estructuras simbólicas, los temores colectivos, las ficciones que se instalan como certezas.

En este proyecto fue fundamental leer con atención todo contexto que rodeaba la propuesta. Esa lectura iba más allá de la temática en cuestión, implicaba también tener en cuenta las condiciones en las que ese contenido circulaba, quién lo proponía, desde qué lugar, con qué intención, para qué lector. El diseño se desarrolló dentro de ese marco, con decisiones pensadas no como adornos ni agregados, sino como respuestas a una situación concreta.

Leer la propuesta significó identificar una dirección, un tono, una idea sobre lo que el libro busca provocar. El diseño se sumó a esa construcción. La imagen final, la de la máscara que condensa elementos del robot, la calavera y el monstruo de Frankenstein, fue el resultado de esa lectura. Una forma gráfica de intervenir en un discurso que ya venía con un recorrido, con una postura clara sobre la inteligencia artificial como fenómeno social y cultural, que en muchos casos estaba siendo mal comprendida o vista desde un aspecto sesgado totalmente en lo negativo.

Las decisiones en todo momento fueron tomadas a partir de los vínculos, acuerdos, intercambios. Las decisiones gráficas fueron tomando forma a partir del diálogo, de lo que se fue diciendo, de lo que se eligió reforzar. Se diseñó dentro de un marco definido, con un objetivo compartido, que en este caso fue habilitar una mirada crítica que despierte la atención del lector.

El desarrollo de la tapa de este libro fue una oportunidad de acercamiento a esas capas simbólicas que rodean a la inteligencia artificial, a sus narrativas circundantes, a las imágenes con las que muchas personas relacionan a la IA y a los relatos que la sobredimensionan o la recubren de promesas y predicciones. Y durante este proceso, se advirtió que lo visual también puede participar de este movimiento que intenta despejar ruidos, dejar espacio para la reflexión y facilitar el acceso a estas discusiones. No desde un tono sensacionalista ni catastrófico, sino desde un diseño que escucha, que interpreta, que sugiere sin imponer. Ese fue el modo en que, desde su lugar, el diseño se sumó a esta conversación.

Referencias

Bayer, H. (1967). *Aspects of Design*. Reinhold Publishing.

Frascara, J. (2006). *Diseño gráfico y comunicación: Cómo funcionan los signos en la comunicación visual*. Ediciones Infinito.