pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

El Cartel frente a la Inteligencia Artificial: Prospección del Diseño Gráfico en Ecuador. Entrevista a Felipe Trávez, Presidente de Ecuador Poster Bienal

The Poster Facing Artificial Intelligence: Prospects for Graphic Design in Ecuador. Interview with Felipe Trávez, President of Ecuador Poster Bienal

Andrea Salome Morales-Galarraga[1]
Docente
Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales de Quito [IAVQ] -Ecuador-
andrea.morales@iavq.edu.ec

1 Comunicadora Organizacional, Relacionista Pública y Magíster en Comunicación por la Universidad Andina Simón Bolívar, con formación complementaria en escritura académica -MCA Business School- y comunicación publicitaria -Universidad de Artes Visuales, Nueva York-. Su trayectoria articula docencia universitaria, gestión académica directiva e investigación aplicada en comunicación estratégica, marketing digital, emprendimiento y liderazgo. Ha ejercido docencia en instituciones como el Instituto de Artes Visuales de Quito [IAVQ], Jala University, Universidad Técnica de Ambato, Universidad Tecnológica Israel, Universidad Tecnológica Equinoccial [UTE] e Instituto Superior Policía Nacional [ISUPOL], impartiendo asignaturas relacionadas con branding, semiótica de la imagen, comunicación corporativa, fundamentos de marketing y publicidad, y comunicación oral y escrita. Ha ocupado cargos de coordinación académica, incluyendo la Coordinación de la Maestría en Gestión del Diseño y la Coordinación de Titulación y Vinculación, así como funciones de rectorado. Su producción científica incluye ponencias nacionales e internacionales en Perú, Argentina y España, en temas vinculados a comunicación, educación y desarrollo del talento. Su línea de investigación se orienta al estudio de la comunicación organizacional, la gestión de cultura digital y las competencias de liderazgo en entornos educativos y empresariales. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5991-5243

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

Paola Sandoval-Reyes[2]
Docente
Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales de Quito [IAVQ] -Ecuador-
paola.sandoval@iavq.edu.ec

Resumen

Esta entrevista recoge la mirada de Felipe Trávez, diseñador gráfico y presidente de Ecuador Poster Bienal desde 2021, sobre el lugar del cartel ante la expansión de la inteligencia artificial [IA] generativa. La Bienal, fundada en Quito en 2015, recibe alrededor de 10.000 carteles por edición y ha reunido propuestas de más de 80 países. El entrevistado describe la evolución del oficio en Ecuador, estima la proporción de piezas con intervención de IA en las últimas convocatorias y discute los problemas de autoría y propiedad intelectual que estas herramientas plantean, así como sus efectos en el mercado, en la formación universitaria y en la identidad visual del cartel ecuatoriano. Las respuestas

2 Magíster en Gerencia y Liderazgo Educacional e Ingeniera de Empresas Hoteleras. Cuenta con una trayectoria de más de 26 años en educación superior, en la que ha ejercido funciones de docencia, coordinación y gestión académica en instituciones de educación superior del Ecuador. Actualmente se desempeña como Coordinadora Académica de la Carrera de Empresas del Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales de Quito [IAVQ] y como docente de posgrado de la Universidad Estatal de Milagro. Su experiencia profesional articula educación, gestión empresarial, administración, emprendimiento y marketing, con especial interés en la innovación educativa, la formación integral y el uso responsable de la tecnología en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Ha participado en procesos de investigación y cuenta con publicaciones científicas relacionadas con educación, inteligencia artificial e innovación empresarial. Su trayectoria se distingue por una profunda vocación docente, compromiso con la investigación y permanente búsqueda de la mejora de la educación superior. **ORCID**: https://orcid.org/0009-0003-1450-9422

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

se presentan como testimonio: las cifras aportadas son estimaciones de la organización y no datos auditados. La introducción y las conclusiones contrastan ese testimonio con la literatura sobre historia del cartel, autoría algorítmica y ética de la IA, y señalan los puntos que requieren mayor debate, en particular la protección jurídica de los creadores y la diversidad cultural del país.

Palabras clave: cartel, diseño gráfico, inteligencia artificial, autoría, prospección profesional.

Abstract

This interview presents the views of Felipe Trávez, a graphic designer and president of Ecuador Poster Bienal since 2021, on the role of posters amid the expansion of generative artificial intelligence (AI). The biennial, founded in Quito in 2015, receives around 10,000 posters per edition and has received submissions from more than 80 countries. The interviewee describes how graphic design practice has evolved in Ecuador, estimates the proportion of works involving AI in recent calls for submissions, and discusses the issues of authorship and intellectual property raised by these tools, as well as their effects on the market, university education, and the visual identity of Ecuadorian poster design. The responses are presented as testimony: the figures provided are estimates made by the organization, not audited data. The introduction and conclusions examine this testimony in light of the literature on the history of posters, algorithmic authorship, and AI ethics, and identify issues that warrant further debate, particularly the legal protection of creators and the country's cultural diversity.

Keywords: poster, graphic design, artificial intelligence, authorship, professional outlook.

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

Introducción

El cartel es una de las formas más persistentes de la comunicación visual moderna. Su historia como medio de masas suele situarse en la segunda mitad del siglo XIX, cuando la litografía en color permitió grandes tirajes y artistas como Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec o Alfons Mucha llevaron la imagen a los muros de París (Barnicoat, 2000; Meggs y Purvis, 2009). Hollis (2001) sitúa al cartel en el origen del diseño gráfico como disciplina, por ser el soporte en el que alfabeto e imagen se combinan de forma más directa en un solo mensaje. Durante el siglo XX sirvió a la publicidad, a la propaganda y a la promoción cultural, y dio lugar a tradiciones con rasgos propios, como la escuela polaca de posguerra o la gráfica cubana posterior a 1959 (Meggs y Purvis, 2009).

En América Latina, la Bienal Internacional del Cartel en México (BICM) y la Bienal del Cartel Bolivia [BiCeBé] han sido vitrinas para los diseñadores ecuatorianos desde la década de 1990. En el país, la Asociación de Diseñadores Gráficos, legalizada en 1990, organizó en 1994 y 1996 las dos primeras bienales nacionales del afiche, y en 1994 un cartel de Antonio Mena fue el primero de autoría ecuatoriana seleccionado en una bienal internacional. Aun así, la documentación sobre el cartel ecuatoriano es escasa y la participación internacional se concentra en pocos autores (Jarrín et al., 2017).

Ecuador Poster Bienal [EPB] surge en Quito en 2015, por iniciativa de los diseñadores Christopher Scott y Santiago Gómez, como un concurso acompañado de exposiciones, talleres y conferencias (Kłos, 2017). Su primera edición,

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

en 2016, recibió 9.620 carteles de 88 países, y una selección de unas 300 piezas se exhibió en 2017 en Lublin, Polonia (Kłos, 2017). La segunda, en 2018, eligió 500 carteles entre 10.044 postulaciones de más de 80 países y sumó un Congreso Internacional de Comunicación Visual (Noroña, 2018). En 2022 la convocatoria ya incluía cinco categorías, entre ellas la de cartel animado (Contest Watchers, 2022). Las ediciones de 2024 y 2026, esta última está en curso al momento de la entrevista, se han organizado bajo la presidencia de Felipe Trávez.

Felipe Trávez es diseñador gráfico, director creativo del estudio Probeta y docente universitario en Quito. Cursó un máster en Comunicación y Diseño en ELISAVA -Barcelona- y otro en Diseño Estratégico en la Universidad de Valparaíso, Chile (CreativeMornings, s. f.). Es docente de la Universidad UTE, con 20 años de trayectoria. Preside Ecuador Poster Bienal desde 2021.

La difusión masiva de los generadores de imágenes, desde 2022, plantea al cartel un cambio distinto de los anteriores. Herramientas como Midjourney, DALL·E o Stable Diffusion producen imágenes a partir de instrucciones de texto y fueron entrenadas con obras ajenas, lo que abre preguntas sobre la autoría del resultado, el reparto del valor generado y la situación de los artistas cuyo trabajo alimenta esos modelos (Epstein et al., 2023). La respuesta jurídica dominante ha sido exigir autoría humana. En Ecuador, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (2016) reconoce como autor únicamente a la persona natural (art. 108), pero no regula de forma específica las obras producidas con IA (Mora-Martillo y Calderón-Porozo, 2026).

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

En Estados Unidos, la Oficina de Derechos de Autor concluyó que un resultado generado por IA solo es protegible cuando una persona determina de manera suficiente sus elementos expresivos, y que las instrucciones de texto no bastan (U.S. Copyright Office, 2025); ese mismo año, un tribunal de apelaciones confirmó que una máquina no puede ser autora (Thaler v. Perlmutter, 2025). En el plano ético, la UNESCO (2021) incluye la transparencia entre sus principios y pide a los Estados estudiar la relación entre IA y propiedad intelectual. El tema ya forma parte de la práctica local: en un estudio con 100 diseñadores de Riobamba, el 58 % había usado herramientas de IA y el riesgo de plagio fue la desventaja más mencionada (Barreto-Bonilla et al., 2024).

Esta entrevista busca registrar cómo se viven esos cambios desde la organización de un concurso internacional de carteles con sede en Ecuador. Las preguntas se enviaron por correo electrónico a Felipe Trávez, el 7 de septiembre de 2026, agrupadas en cinco bloques: el cartel como medio; Ecuador Poster Bienal como termómetro del oficio; IA, autoría y propiedad intelectual; prospección del mercado, y academia e identidad visual. Las respuestas se recibieron por escrito, por correo electrónico, el 11 de septiembre de 2026 (F. Trávez, comunicación personal, 11 de septiembre de 2026). Por razones de extensión se omitieron dos preguntas y se condensaron algunos pasajes reiterativos, sin alterar el sentido de las respuestas. Se identifica con «P» a quien pregunta y con «FT» al entrevistado. Por tratarse de un testimonio, sus afirmaciones, incluidas las cifras sobre el uso de IA en la Bienal, expresan su experiencia y las estimaciones de la organización, no resultados de

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

una medición sistemática; cuando una afirmación requiere contraste, se indica en nota al pie.

Desarrollo

El Cartel como Medio y su Vigencia

P: Antes de hablar de inteligencia artificial, conviene partir de una definición: ¿qué distingue al cartel de otras piezas de comunicación visual y por qué sigue siendo relevante como medio en la era digital?

FT: Desde mi punto de vista, creo que lo que distingue al cartel de otras piezas de comunicación visual radica en lo que podríamos denominar su «formato perfecto». Tiene la escala idónea para transmitir información: es lo suficientemente amplio para albergar una narrativa compleja que puede fusionar texto e imagen con contundencia, pero al mismo tiempo lo suficientemente compacto para no resultar abrumador para el espectador en el espacio público.

Esa simplicidad y contundencia explican su vigencia en plena era digital. El cartel ha demostrado una notable capacidad evolutiva y de resiliencia histórica: nació desde los procesos 100 % manuales, transitó hacia la reproducción artesanal e industrializada, abrazó la era digital y hoy continúa ampliando su alcance.

P: ¿Cómo ha evolucionado el oficio del diseño de carteles en Ecuador en las últimas dos décadas, y qué papel ha jugado la Bienal en esa evolución?

FT: Más allá de la evidente transformación tecnológica, lo más significativo en estas dos últimas décadas ha sido la consolidación de la especialización en el diseño de carteles en Ecuador. Si bien el oficio cuenta con

una trayectoria valiosa en el país, estos últimos 20 años hemos presenciado un salto cualitativo extraordinario. Hoy contamos con destacados profesionales locales y residentes que son invitados habitualmente a participar en convocatorias internacionales donde han recibido premios y galardones. Hablando de aspectos técnicos, si bien hace veinte años el proceso ya incorporaba herramientas digitales, su materialización y difusión dependían casi exclusivamente del soporte físico e impreso. En la actualidad, aunque el cartel impreso conserva su vigencia táctil cercana con la audiencia, el formato digital ha ganado terreno debido a su alcance global.

En este escenario, Ecuador Poster Bienal, impulsada desde sus inicios en 2015 por creadores como Christopher Scott y Santiago Gómez, ha cumplido un doble rol estratégico. Por un lado, funciona como una plataforma para visibilizar el talento ecuatoriano y como una ventana para que nuestra comunidad creativa mire de primera mano las tendencias y la potencia visual que se produce en otros países. Por otro lado, se ha consolidado como un espacio democrático e integrador: aquí conviven y compiten bajo los mismos criterios de rigor estético y conceptual carteles elaborados con ilustración manual, gráfica digital, fotografía, tipografía y experimentaciones técnicas avanzadas.

P: ¿Qué lugar ocupa hoy el cartel impreso frente a los soportes digitales de comunicación visual? ¿Compiten o se complementan?

FT: Más que hablar de una relación de competencia directa, considero que nos encontramos ante medios que responden a naturalezas, audiencias y experiencias

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

completamente distintas, por lo que su relación es de complementariedad. El cartel impreso posee una fuerza inigualable en el espacio público; actúa con una presencia táctil y monumental que intercepta al transeúnte de manera directa. Desde la teoría del diseño, la materialidad juega aquí un rol fundamental: el peso del sustrato, la textura del papel y el olor de la tinta configuran un objeto portador de sentido que genera una conexión sensorial y emotiva inalcanzable para una pantalla.

Por otro lado, el cartel digital responde a las dinámicas de la conectividad. Prioriza la inmediatez, la velocidad de difusión y un alcance masivo en cuestión de segundos. Ambos coexisten no para restarse protagonismo, sino para ofrecer a los creadores y al público dos dimensiones distintas de habitar la comunicación visual.

Ecuador Poster Bienal como Termómetro del Oficio

P: Desde su experiencia dirigiendo la Bienal, ¿qué cambios ha notado en las propuestas y técnicas que llegan a concurso en los últimos años?

FT: Al analizar las propuestas que llegan en cada edición del concurso, resulta complejo establecer un cambio estricto entre las diferentes técnicas usadas para diseñar un cartel. Sin embargo, sí hemos identificado dos giros interesantes. El primero es la consolidación y el crecimiento sostenido de los carteles animados. En nuestras primeras ediciones esta categoría no existía; sin embargo, la propia evolución de los lenguajes visuales contemporáneos nos impulsó a abrir este espacio dinámico, el cual ha ido ganando terreno con propuestas fascinantes y cada vez más arriesgadas.

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

El segundo gran cambio es el incremento cuantitativo y cualitativo de la participación nacional. La presencia de diseñadores ecuatorianos, tanto en la fase de selección como en las distintas categorías de competencia, ha crecido de forma notable, cumpliendo uno de nuestros objetivos fundacionales de visibilizar el talento local.

En cuanto al alcance global, aunque Ecuador no posee una tradición histórica de cartelismo tan masiva como la de potencias referentes, Ecuador Poster Bienal se ha convertido en un referente global. A lo largo de su trayectoria, el concurso ha logrado convocar propuestas de más de 80 países. Si bien naciones como China y Taiwán registran tradicionalmente una participación muy nutrida, e históricamente países de fuerte arraigo cartelista como Polonia, Rusia, Alemania y México tienen siempre varios representantes, lo más fascinante es recibir carteles de lugares geográficamente o culturalmente inusuales para el circuito local, como San Marino o Uzbekistán.

P: ¿Ha identificado ya piezas creadas total o parcialmente con herramientas de IA generativa entre las postulaciones? De ser así, ¿podría compartir alguna cifra o proporción aproximada? ¿Cómo las aborda el jurado?

FT: Desde la organización de la Bienal hemos podido presenciar de primera mano esta transición tecnológica. Tomando en cuenta que en la Ecuador Poster Bienal recibimos un volumen aproximado de 10.000 carteles por edición, el fenómeno de la inteligencia artificial se ha hecho más evidente en los últimos años. Hacia 2022 notamos las primeras experimentaciones de manera explícita: aunque un 1 % pueda parecer una proporción menor, en el contexto de

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

nuestra convocatoria representaba ya un centenar de obras -alrededor de 100 carteles-. Esta presencia se hizo más evidente en la edición de 2024, donde estimamos que cerca del 15 % de las postulaciones incorporaban algún criterio o asistencia de inteligencia artificial, lo que equivale a unas 1.500 piezas aproximadamente, un aumento considerable para un período de tiempo tan corto.[3]

Para nuestra edición actual en 2026, si bien las métricas exactas se consolidan al cierre, es un hecho que el uso no solo ha aumentado, sino que los resultados son cada vez más depurados y sutiles. Sin embargo, medir el impacto real de la IA plantea un desafío metodológico complejo, porque el diseño de un cartel no se reduce únicamente a la representación visible; comienza mucho antes, en la conceptualización, la lluvia de ideas y la investigación, etapas en las que muchos creadores ya podrían apoyarse en la inteligencia artificial. Por lo tanto, cuantificar su uso resulta difícil: mientras algunas piezas exhiben rasgos generativos evidentes, aunque cada vez más refinados, gran parte del proceso creativo se mueve en un proceso de creación híbrido. En cuanto a la postura del jurado frente a estas obras, existe una pluralidad de criterios muy interesante que refleja el debate actual de la comunidad global de diseño. Hay jurados que mantienen una postura crítica o de cuestionamiento hacia el uso de la IA; otros evalúan el porcentaje e intencionalidad de su intervención; y otros tantos la abrazan y promueven como una herramienta más dentro del espectro técnico.

3 Estimaciones aproximadas de la organización, expresadas por el entrevistado; no proceden de un registro sistemático publicado. Deben leerse como indicador de tendencia y no como dato estadístico.

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

P: ¿Existen o se están discutiendo criterios de la Bienal para declarar, evaluar o incluso restringir el uso de IA en las obras participantes?

FT: Si bien en las reuniones de equipo y en los consejos consultivos hemos debatido sobre el uso de esta tecnología, jamás hemos puesto sobre la mesa la posibilidad de restringir o prohibir el uso de la inteligencia artificial, pero sí de qué manera evaluarla y hasta qué punto considerarla como parte de un proceso creativo. Una de las premisas fundamentales de la Ecuador Poster Bienal ha sido siempre fomentar la libertad creativa y entender la IA como una técnica más dentro del espectro de posibilidades del diseñador. Como cualquier herramienta, su valor depende de cómo se emplee. Exige ética, responsabilidad, coherencia y, sobre todo, un profundo respeto por el oficio.

Históricamente, cada gran avance técnico-tecnológico, desde la digitalización hasta los programas de manipulación de imagen, ha enfrentado resistencias iniciales y críticas similares en su momento. Además, adoptar una postura restrictiva carecería de sentido práctico y conceptual. En las ediciones recientes (2024 y 2026), ningún jurado ha planteado una queja formal o exigido vetos; simplemente, si una pieza generada por IA no conecta con su criterio estético o conceptual, no recibe su voto, respetando la pluralidad de enfoques. Hay que comprender que detrás de toda imagen generada por inteligencia artificial existe una instrucción humana. Incluso algunos diseñadores cercanos nos han compartido sus procesos que incluyen IA y son metodologías complejas: parten de una sólida investigación y conceptualización previa antes de emitir un comando; continúan con una rigurosa

autocrítica y selección del resultado arrojado por el algoritmo; y, con frecuencia, culminan con intervenciones manuales o postproducción en software de edición. Cuando la IA se subordina a la visión crítica del autor, deja de ser una simple «generación automática» para convertirse en una etapa más de un proceso creativo plenamente consciente.

Inteligencia Artificial, Autoría y Propiedad Intelectual

P: ¿Qué tareas del proceso creativo del cartel cree que la IA generativa puede asumir hoy, y cuáles considera que seguirán dependiendo de una mirada humana?

FT: Si analizamos el proceso desde una perspectiva estrictamente fría y técnica, teóricamente la inteligencia artificial podría intervenir en cualquiera de las etapas: desde la conceptualización inicial y la generación de propuestas estilísticas hasta la producción final de imágenes. Sin embargo, en la práctica real actual, la IA sigue dependiendo de un detonante humano, una orden, un *prompt* y una dirección estratégica. Más allá de eso, considero que hay al menos tres dimensiones insustituibles donde la mirada humana se mantiene muy por encima del algoritmo, por ahora. Primero, la experiencia vivida y la lectura coyuntural. Un cartel de alto impacto conecta con su entorno social y cultural porque responde a vivencias reales y a una sensibilidad histórica que la máquina no experimenta, pues solamente procesa datos.

Segundo, la autocrítica genuina. Mientras que la IA tiende a ser intrínsecamente condescendiente —está programada para complacer las expectativas del usuario y rara vez ejerce una oposición conceptual real—, el ser humano aporta una capacidad crítica rigurosa si tiene

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

una base teórica y conceptual contundente, dudando, depurando y confrontando su propia obra o la de otras personas. Tercero, la sutileza en el diseño invisible. Los buenos diseñadores manejan con una delicadeza impecable la proporción, la estructura, la jerarquización, la sinergia y la legibilidad visual para guiar al espectador con claridad y sensibilidad a través de toda la pieza. La IA puede generar la materia prima visual, pero el pulso conceptual, emotivo y formal sigue perteneciendo por completo al ser humano.

P: ¿Cómo afecta la IA a la noción de autoría en el diseño gráfico? ¿Un cartel generado o asistido por IA puede considerarse obra del diseñador?

FT: Este es uno de los debates más complejos y fascinantes de la actualidad, y yo creo que su respuesta depende enteramente del grado de intervención, dirección y apropiación del diseñador. Pensemos en los límites de la propiedad y la representación: si alguien toma una fotografía de un automóvil en la calle, el auto tiene un propietario legal, pero el dueño del vehículo no reclama jamás los derechos sobre la fotografía; la autoría de esa imagen pertenece por completo al fotógrafo, quien decidió el encuadre, la luz y el instante, entre otros factores. Con la inteligencia artificial ocurre una lógica similar. Si un creador se limita a emitir un comando simple y de carácter pasivo, los criterios de autoría son sumamente cuestionables.

En cambio, cuando el proceso creativo y de investigación se enriquece activamente, aportando no solo instrucciones textuales, sino también referencias de estilo, *moodboards* o bocetos propios que son interpretados y perfeccionados por el algoritmo, la autoría se fortalece de

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

manera legítima. Cuando el diseñador somete el flujo a una curaduría rigurosa, interviene la pieza, la vincula a un concepto sólido o entrena sus propios modelos, el resultado deja de ser un producto automatizado para convertirse en una obra de autor. Existen riesgos evidentes en cuanto a modelos entrenados masivamente con estilos de autores reales, lo que reedita una discusión histórica en el arte y el diseño: ¿hasta qué punto una obra inspirada en la estética de otro nos pertenece? Es un tema que exige normativas claras y una discusión ética constante, pues la autoría en la era de los algoritmos ya no se define solo por quién ejecuta la herramienta, sino también por la profundidad del criterio conceptual.

P: ¿Qué riesgos ve para la propiedad intelectual y el estilo propio de los diseñadores ecuatorianos frente a modelos entrenados con grandes bancos de imágenes? Si conoce estudios o reportes sobre este tema, le agradecemos la referencia.

FT: En realidad, los riesgos actuales guardan similitud con los dilemas que el arte y el diseño han arrastrado históricamente. Sin embargo, la inteligencia artificial magnifica esta tensión a una escala sin precedentes. Ya desde principios de los años 2000, con los trabajos pioneros de autores como Wilson Rafael Ríos Ruiz (2001) en torno a los sistemas informáticos y la propiedad intelectual de las obras generadas por ordenador, la academia comenzó a advertir sobre estos dilemas.

Esta línea de reflexión creció con los años en estudios posteriores, como el de Fernández Carballo-Calero (2021), quien pone sobre la mesa los profundos vacíos

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

legales y los desafíos que enfrentarían los creadores ante la autoría algorítmica. A nivel local, este reto se vuelve aún más complejo en contextos como el nuestro, donde la disciplina del registro formal de la propiedad intelectual no está del todo arraigada entre los diseñadores, dejándonos en una situación de mayor vulnerabilidad frente al plagio.[4] Pero el fenómeno va más allá del gremio, pues hoy en día la información, las fotografías y la cotidianidad de cualquier ciudadano alimentan constantemente los vastos bancos de datos que entrenan a los algoritmos. Al aceptar de forma a veces pasiva los términos de uso en las plataformas digitales, cedemos material visual que luego sirve para construir nuevas imágenes, haciendo que reclamar la autoría sobre un estilo propio resulte extremadamente difícil. Son peligros reales que exigen una discusión urgente para desarrollar normativas más claras, proteger a los creadores y legitimar la autoría tanto en el Ecuador como en el escenario global.

P: ¿La IA está democratizando el acceso al diseño de carteles (más personas pueden producir piezas visuales) o, por el contrario, está devaluando el oficio profesional?

FT: Creo que primero es necesario comprender que el oficio profesional del diseño no es estático, ha evolucionado radicalmente a lo largo de las últimas décadas, al igual que cualquier otra disciplina que se adapta a su tiempo. Por otro lado, es indiscutible que la inteligencia artificial ha democratizado la generación de información y el diseño de carteles, pero prefiero mencionar que ha democratizado la

4 Afirmación basada en la experiencia del entrevistado; no se identificaron estadísticas públicas del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) que permitan contrastarla.

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

generación de imágenes; existe una distancia abismal entre producir una imagen y hacer diseño gráfico. El diseño no se reduce a la estética superficial de un gráfico, implica una arquitectura visual rigurosa, contraste, jerarquía, legibilidad y, sobre todo, una estrategia de comunicación clara.

Por lo tanto, el verdadero valor diferencial recae en el criterio humano. Es responsabilidad del diseñador dominar la herramienta con rigor ético, estético y comunicacional. La distinción profesional ya no radica únicamente en la ejecución técnica de la pieza, sino en la capacidad de filtrar, dotar de sentido y estructurar mensajes con un propósito consciente, evitando que un uso irreflexivo erosione el valor de nuestra disciplina y convirtiendo a la IA en un aliado de nuestra propia creatividad.

Prospección del Mercado y del Oficio en Ecuador

P: Mirando hacia el futuro, ¿cómo visualiza el mercado y el papel del cartel en los próximos cinco años, tanto a nivel general como en el contexto ecuatoriano?

FT: Si analizamos el panorama actual, el mercado del cartelismo en general ha experimentado un dinamismo interesante impulsado por las grandes plataformas de *streaming* —como Netflix, Paramount u HBO—, cuyas producciones masivas y constantes de series, películas y documentales han generado una demanda acelerada de portadas, carteles y piezas de comunicación visual. En el contexto ecuatoriano, si bien tradicionalmente no hemos tenido un mercado masivo enfocado de forma exclusiva al cartel, sí ha existido un grupo de creadores que ha encontrado en este formato una fuente importante de ingresos, vinculada principalmente a producciones audiovisuales y a la promoción de eventos culturales o

alternativos. Por otro lado, la publicidad comercial migró casi en su totalidad hacia los espacios digitales, consolidando allí una pieza comunicacional con vocación de cartel que permanecerá en ese ecosistema.[5]

En cuanto al cartel en su formato más puro —esa pieza física ubicada en espacios de alta visibilidad—, considero que en los próximos cinco años evolucionará para volverse cada vez más emotivo y experiencial. De hecho, lo vemos en la cotidianidad: los *prints* y las ediciones impresas de ilustradores y artistas se han convertido en un medio de sustento muy sólido que ha crecido notablemente en los últimos años. Si el entorno deja de percibir al cartel tradicional como una herramienta útil, la disciplina tendrá que modificarse nuevamente para conectar con las exigencias y los modos de consumo de las nuevas audiencias.

P: Para finalizar esta línea, ¿cuál diría que es el mayor reto o habilidad que los diseñadores gráficos deben cultivar hoy frente a este nuevo escenario tecnológico?

FT: El mayor reto apunta en dos direcciones fundamentales. Por un lado, los diseñadores vamos a tener que trabajar muchísimo más en la generación y profundidad del mensaje: el enfoque estará en descifrar con precisión qué se necesita transmitir para provocar una acción o una conexión real en la audiencia. Por otro lado, debemos dominar el uso de la inteligencia artificial no solo como una herramienta creativa al servicio individual del diseñador, sino al servicio de los clientes.

5 Apreciación basada en la experiencia del entrevistado; no se identificaron estadísticas sobre este segmento. Como referencia indirecta, el diseño para redes sociales es la especialidad más frecuente (40 %) entre los diseñadores encuestados por Barreto Bonilla et al. (2024).

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

Tradicionalmente, la sociedad ha concebido al diseñador como una figura cercana a la innovación y a la tecnología. Si hoy la vanguardia creativa transita por la inteligencia artificial, el diseñador debe apropiarse de ese conocimiento y ponerlo a disposición del mercado, creando incluso agentes o sistemas de IA orientados a resolver necesidades comunicacionales complejas para las marcas.

P: Ante este panorama de transformación tecnológica constante, ¿cuál considera que es el principal reto o la gran deuda de la academia frente a la formación de los nuevos diseñadores?

FT: El gran desafío de la academia radica en su capacidad de flexibilizarse y adaptarse con agilidad a la realidad comunicacional del mundo. Sin embargo, nos enfrentamos a una limitación estructural profunda: el propio sistema de educación formal debe atravesar un proceso largo y complejo para construir, presentar, aprobar y ejecutar un nuevo plan de estudios. Con frecuencia, los estudiantes se enfrentan a las herramientas de vanguardia de manera tardía, generando una brecha preocupante al momento de graduarse, años después, frente a un mercado que ya opera en otra velocidad.

La pregunta clave es evidente: ¿puede la academia cambiar al mismo ritmo con el que muta la tecnología? Desde luego que no de forma literal, pero el reto al que nos enfrentamos las instituciones educativas es abandonar las mallas curriculares rígidas. Si la universidad insiste en mantener estructuras tan estáticas, dejará a sus estudiantes en profunda deuda frente a las demandas reales del

mercado laboral, obligándonos a formar perfiles flexibles capaces de aprender, desaprender y evolucionar a la par de la innovación.

P: ¿Cómo definiría la identidad visual del cartel ecuatoriano y cuáles son los principales obstáculos normativos a los que nos enfrentamos frente a la tecnología?

FT: Es una tarea pendiente que exige un gran consenso entre instituciones, artistas y diseñadores: necesitamos definir con claridad qué caracteriza la cultura y la identidad de un cartel ecuatoriano, o qué elementos hacen que una pieza visual pertenezca a nuestra cultura visual. A diferencia de naciones que históricamente han logrado consolidar rasgos gráficos inconfundibles y reconocibles a nivel mundial —pensemos en la fuerza del cartel polaco, la tradición de la escuela cubana o la icónica gráfica de México—, en el Ecuador la riqueza estilística es muy diversa, pero todavía carece de esa visibilidad e identificación internacional masiva. Para construir esto, resulta vital promover espacios de difusión comunes y respaldar decididamente a los colectivos, plataformas e iniciativas —como la propia Bienal— que impulsan, visibilizan y sostienen la gráfica de nuestro país.

Ahora bien, cuando pensamos en proteger estos elementos frente al avance de la tecnología, nos topamos con un dilema estructural severo. Antes de confiar ciegamente en las regulaciones legales, debemos entender que la burocracia institucional es intrínsecamente lenta: los procesos para aprobar una normativa toman años, mientras que la inteligencia artificial muta y se transforma semana a semana. Si la tecnología lleva años operando en el mercado

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

y en nuestro país aún carecemos de marcos normativos claros, significa que cualquier ley llegará tarde. Por lo tanto, más que apostar por regulaciones rígidas que siempre correrán detrás de los hechos, la clave reside en fomentar la experimentación rápida, la adaptabilidad de los creadores y una agilidad institucional que esté a la altura del vértigo digital.

En este entorno, los ritmos de consumo se han vuelto extremos: un video de cinco segundos ya nos parece largo y pasamos el scroll en el celular de forma casi automática, sin detenernos ni siquiera unos instantes a procesar lo que vemos. Por ello, mi mensaje final, que va un poco a contracorriente de esta dinámica, es una invitación a detenernos a contemplar. Un cartel, en su esencia más pura, es un espejo de lo que ocurre a nuestro alrededor: refleja los aspectos positivos, pero también las problemáticas sociales, ecológicas y de sostenibilidad más urgentes de nuestro tiempo. Ojalá sepamos apagar por un momento el ruido digital, abrir los ojos a nuestro entorno y permitir que el poder de la comunicación visual nos cuestione, nos alimente y nos conecte profundamente con la realidad.

Conclusiones

El testimonio de Felipe Trávez muestra la llegada de la IA generativa desde la organización de un concurso que recibe miles de carteles por edición. Su alcance es el de una entrevista: aporta la experiencia de un actor central del medio, pero no ofrece mediciones generalizables. Las cifras sobre piezas con IA, cerca del 1 % en 2022 y alrededor del 15 % en 2024, son estimaciones y valen como indicio de tendencia. El propio entrevistado reconoce un problema de

método: si la IA interviene en la investigación o en el boceto, el cartel terminado no lo revela. Pedir a los participantes una declaración voluntaria sobre el uso de IA no limitaría la libertad creativa que la Bienal defiende y permitiría contar con datos verificables.

La posición de Trávez sobre la autoría es gradual: cuanto mayor es la dirección y la intervención del diseñador, más legítimo es reclamar la obra. Coincide con el criterio de la U.S. Copyright Office (2025) y con la doctrina que exige una contribución humana significativa (Fernández Carballo-Calero, 2021; Valdezate-Pelegrín, 2024). Quedan, sin embargo, tres tensiones. La primera es probatoria: la normativa ecuatoriana reserva la autoría a la persona natural, pero no establece cómo valorar una obra asistida por IA (Mora Martillo y Calderón Porozo, 2026). La segunda es el origen de los datos, pues los modelos se entrenaron con obras de terceros, muchas veces sin autorización ni retribución (Epstein et al., 2023). La tercera es laboral: si la IA abarata la producción de imágenes, es previsible que presione a la baja los encargos sencillos, que suelen ser la puerta de entrada de los diseñadores jóvenes. Ninguna se resuelve con buenas prácticas individuales. Y aunque Trávez desconfía de la regulación porque siempre llegará tarde, las decisiones administrativas y judiciales recientes ya están fijando límites (*Thaler v. Perlmutter*, 2025); la cuestión para el gremio ecuatoriano es quién participa en esas reglas y con qué evidencia.

Sobre la identidad visual, el entrevistado reconoce que el cartel ecuatoriano no tiene aún rasgos tan identificables como el polaco, el cubano o el mexicano.

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

Esa falta de un estilo único también refleja al país: Ecuador se define como un Estado intercultural y plurinacional (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 1), y su gráfica se nutre de la cultura popular y artesanal, del diseño moderno profesionalizado desde los años setenta y de las generaciones formadas en el entorno digital (Burbano Riofrío, 2021; Jarrín et al., 2017). Buscar una sola identidad nacional podría ocultar esa diversidad; la tarea más urgente es documentarla. La IA añade un riesgo: si los modelos se alimentan sobre todo de imágenes de otros contextos, las gráficas locales pueden quedar subrepresentadas o reducidas a estereotipos.

Por último, la crítica de Trávez a la rigidez de las mallas curriculares interpela a la educación superior. Más que perseguir cada herramienta nueva, la formación puede fortalecer lo que él considera insustituible: el criterio para construir un mensaje, la lectura del contexto y la capacidad de dudar del propio trabajo. Queda pendiente contrastar esta mirada con la de otros actores, como concursantes, jurados, docentes y estudiantes, y con datos sistemáticos sobre el uso de IA en el cartel ecuatoriano.

pp. 551-576
Recibido: 11-09-2026
Aceptado: 06-11-2026
Publicado: 20-11-2026

Referencias Bibliográficas

Barnicoat, J. (2000). *Los carteles: su historia y su lenguaje* (5.ª ed.). Gustavo Gili.

Barreto Bonilla, J., Palacios Shinin, F., & Vergara Zurita, H. (2024). Análisis del uso de la inteligencia artificial en la práctica del diseño gráfico Riobamba-Ecuador. *Revista mktDescubre*, (24), 17-26. https://mktdescubre.espoch.edu.ec/index.php/Index/article/view/19

Burbano Riofrío, I. P. (2021). *Diseño, cultura y sociedad en Ecuador: diseño y artesanía en el contexto de la crisis del ideario moderno en Ecuador (1979-1985)* [Tesis doctoral, Universidad de Palermo]. https://www.palermo.edu/dyc/doctorado_diseno/documentacion/Tesis_Burbano.pdf

Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. (2016). Registro Oficial Suplemento 899, 9 de diciembre de 2016 (Ecuador).

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial 449, 20 de octubre de 2008.

Contest Watchers. (2022). *Ecuador Poster Bienal 2022 – Poster competition*. https://www.contestwatchers.com/ecuador-poster-bienal-2022-poster-competition/

CreativeMornings. (s. f.). *Felipe Travez*. https://creativemornings.com/individuals/pipofilippo

Epstein, Z., Hertzmann, A., Investigators of Human Creativity, Akten, M., Farid, H., Fjeld, J., Frank, M. R., Groh, M., Herman, L., Leach, N., Mahari, R., Pentland, A. S., Russakovsky, O., Schroeder, H., & Smith, A. (2023). Art and the science of generative AI. *Science, 380*(6650), 1110-1111. https://doi.org/10.1126/science.adh4451

Fernández Carballo-Calero, P. (2021). *La propiedad intelectual de las obras creadas por inteligencia artificial*. Thomson Reuters Aranzadi.

Hollis, R. (2001). *El diseño gráfico: una historia abreviada* (2.ª ed.). Thames & Hudson.

Jarrín, J., Godoy, G., & Ortiz, D. (2017). *Cartelismo ecuatoriano: una mirada al cartel ecuatoriano presente en bienales internacionales*. Universidad Técnica del Norte. https://repositorio.utn.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/13721/1/Cartelismo%20Ecuatoriano.pdf

Kłos, A. (2017, 26 de enero). *Ecuador Poster Bienal in Poland*. Retroavangarda. https://www.retroavangarda.com/ecuador-poster-bienal-in-poland/

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2009). *Historia del diseño gráfico* (4.ª ed.). RM Verlag.

Mora Martillo, E. S., & Calderón Porozo, H. M. (2026). *Desafíos y perspectivas del derecho de autor frente al uso de la inteligencia artificial en Ecuador* [Trabajo de titulación, Universidad Politécnica Salesiana]. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/32797

Noroña, K. (2018, 5 de noviembre). Ecuador Poster Bienal se inicia este martes 6 de noviembre en Quito. *El Comercio*. https://www.elcomercio.com/tendencias/programacion-ecuador-poster-bienal-quito.html

Ríos Ruiz, W. R. (2001). Los sistemas de inteligencia artificial y la propiedad intelectual de las obras creadas, producidas o generadas mediante ordenador. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (3). https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/1169

Thaler v. Perlmutter, 130 F.4th 1039 (D.C. Cir. 2025).

U.S. Copyright Office. (2025). *Copyright and artificial intelligence. Part 2: Copyrightability*. https://www.copyright.gov/ai/

UNESCO. (2021). *Recomendación sobre la ética de la inteligencia artificial*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380455_spa

Valdezate-Pelegrín, P. (2024). La autoría en creaciones generadas por inteligencia artificial. *Derecom*, (37), 19-32. https://doi.org/10.5209/dere.98119