

# El diseñador gráfico frente a la IA: usos, impactos, ética y el futuro de la creatividad



**Luz Maryana Hernández Cerna**

ORCID: 0009-0005-2464-2897

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela Superior de Actopan

he421503@uaeh.edu.mx

38



## Resumen

La inteligencia artificial (IA) está redefiniendo el diseño gráfico con la introducción de herramientas que automatizan tareas, optimizan los proyectos y abren nuevas posibilidades creativas. Sin embargo, su integración genera dilemas sobre si esto es una oportunidad para potenciar la creatividad o una amenaza para los diseñadores gráficos. El objetivo que persigue el presente artículo es explorar los usos e impactos de la inteligencia artificial en el Diseño Gráfico, con la finalidad de contribuir a los debates sobre si su implementación en dicha área contribuye o demerita el quehacer de los diseñadores. Para ello, se aplicó una metodología basada en una revisión bibliográfica, que incluyó la construcción de operadores booleanos para realizar búsquedas especializadas en bases de datos académicas. Se concluye, que la IA no reemplaza al diseñador, sino que se requiere adaptación ética y supervisión humana para generar una fusión entre la creatividad humana y la IA en el diseño gráfico.

### Palabras clave:

Inteligencia artificial, ética, diseño, creatividad.



## Abstract

Artificial Intelligence is redefining graphic design by introducing tools that automate tasks, optimize projects, and unlock new creative possibilities. Its integration raises questions about whether it presents an opportunity to enhance creativity or a threat to graphic designers' roles. This article aims to explore the applications and impacts of Artificial Intelligence in Graphic Design, contributing to ongoing discussions about whether its implementation in this field enhances or diminishes the work of designers. To achieve this, a methodology based on a literature review was applied, including the development of Boolean Operators for conducting specialized searches in academic databases. In conclusion, AI does not replace the designer; instead, ethical adaptation and human oversight are required to foster a fusion of human creativity and AI in Graphic Design.

**Key words:**  
Artificial intelligence, ethics, design creativity.

## Introducción

La inteligencia artificial ha sido un irruptor en el diseño gráfico, desafía los límites entre la creatividad y la eficiencia de los algoritmos. Diferentes herramientas con IA están redefiniendo los procesos creativos desde la generación de imágenes hasta la automatización de tareas (Santos, 2024). Aun con esto, esta integración no está absuelta de tensiones al cuestionarse si la IA es un aliado que potencia a la innovación gráfica o un potencial riesgo que erosiona la autenticidad del diseño gráfico. Este artículo tiene el objetivo de explorar, a través de una revisión bibliográfica, los usos e impactos de la IA en el diseño gráfico, con la finalidad de contribuir a los debates sobre si su implementación en dicha área contribuye o demerita el quehacer de los diseñadores gráficos.

A lo largo del artículo se presenta una revisión sobre qué es y cuál es el objetivo de la IA, una revisión de algunas herramientas y aplicaciones prácticas, así como los impactos y retos que de la IA genera en el diseño gráfico. En un último apartado se aborda la ética y supervisión humana como alternativa para integrar la IA en esta área. Se concluye que el futuro del diseño gráfico no está en el debate de elegir entre si es malo o bueno su uso, sino de integrar la IA como una herramienta complementaria para el diseñador. La clave está en mantener la creatividad del diseñador, así como sus conocimientos teóricos y técnicos mientras se adopta esta nueva tecnología que amplía el potencial artístico y comunicativo. Este equilibrio es posible mediante el uso ético y la supervisión humana que hagan los diseñadores.

## Metodología Aplicada

El artículo se desarrolló a partir de una revisión bibliográfica exploratoria, orientada a identificar y analizar los usos y aplicaciones, así como los impactos y retos que genera la IA en el diseño gráfico. Para alcanzar los objetivos del artículo se realizó una búsqueda estructurada de bibliografía especializada en tres buscadores académicos de acceso gratuito y en español: *SciELO*, *Google Académico* y *Dialnet*, seleccionados por su relevancia en difusión de literatura de corte científico.

La estrategia de búsqueda se centró en la construcción de operadores booleanos, con la finalidad de vincular diferentes términos clave relacionados con el tema a investigar, como lo son: “Inteligencia artificial”, “diseño gráfico”, “comunicación gráfica”, “impacto”, “uso” y “aplicaciones”. Las búsquedas se adaptaron a la lógica de cada motor y los resultados obtenidos fueron registrados en la Tabla 1.

Buscador Académico	Operador booleano	Admite operadores	Núm. Artículos encontrados
<b>SciELO</b>	(“inteligencia artificial” OR “IA”) AND (“diseño gráfico” OR “comunicación visual” OR “comunicación gráfica” OR “diseño digital”) AND (impacto OR uso OR aplicaciones OR herramientas)	Sí (AND, OR, AND NOT)	No se encontraron artículos relevantes sobre el tema a investigar
<b>Google Académico</b>	“inteligencia artificial” AND (“diseño gráfico” OR “comunicación visual”) AND (impacto OR aplicaciones OR herramientas)	Parcialmente (solo AND, OR; ignora paréntesis complejos y NOT)	La búsqueda arrojó 11 artículos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Barreto, Vergara y Palacios (2023)</li> <li>• Soledad y Pérez (2023)</li> <li>• Mancera y Suárez (2023)</li> <li>• Vergelin y Amaguaya (2023)</li> <li>• Martínez et al. (2023)</li> <li>• Lozano, Condori y Abarca (2024)</li> <li>• Villavicencio (2024)</li> <li>• Rodríguez y Díaz (2024)</li> <li>• Santos (2024)</li> <li>• Marín (2019)</li> <li>• Salinas (2024)</li> </ul>
<b>Dialnet</b>	Inteligencia artificial y diseño gráfico	Solo admite búsqueda simple o por frases entre comillas	La búsqueda arrojó dos artículos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rico (2020)</li> <li>• Rico (2023)</li> </ul>

Tabla 1. Resultado de búsqueda sobre IA y diseño gráfico en buscadores académicos mediante operadores booleanos. Fuente: Elaboración propia

## La irrupción de la tecnología en el diseño gráfico

La IA no es la única tecnología que ha generado impactos y preocupaciones en el área del diseño gráfico; a lo largo de la historia, esta disciplina ha tenido cambios profundos debido a los avances en la tecnología, los cuales generaron oportunidades y preocupaciones entre los profesionales de esta disciplina. Desde sus orígenes, el diseño gráfico ha estado ligado a la tecnología, con la creación de pictogramas y sistemas de escritura en civilizaciones antiguas, hasta la invención de la imprenta en el siglo XV. Estos avances en la tecnología han redefinido sus prácticas y técnicas. Para Salinas (2024), la Revolución Industrial transformó el diseño gráfico en una disciplina formalizada y ajustada a los requerimientos de producción en masa, así como la llegada de los ordenadores en el siglo XX.

En las décadas de 1980 y 1990, la tecnología digital que se integró en el diseño generó debates, similares a los generados en la actualidad por la IA. Como explica Rico (2020), las corrientes de diseñadores más conservadores rechazaron estas nuevas herramientas, considerándolas como rudimentarias y alejadas de las habilidades manuales tradicionales. Otros diseñadores como April Greiman y Neville Brody adoptaron la tecnología digital como un campo de experimentación y con eso lograron crear tendencias que definieron la estética de la época.

En este periodo existieron preocupaciones de académicos y profesionales no solo sobre la pérdida de habilidades manuales, sino por la dependencia excesiva en las computadoras. El argumento señalaba que el uso de estas herramientas era exclusivo del ámbito de los ingenieros en sistemas, no de los diseñadores gráficos. Con el tiempo se reconoció que la tecnología no reemplazó los fundamentos del diseño, al contrario, ofrecieron nuevas herramientas para expresar la creatividad.

En la actualidad, la IA representa el último eslabón en la cadena de innovaciones que se han hecho de la tecnología. Como en el pasado, la integración de la IA al diseño gráfico está generando preocupaciones sobre el futuro de la profesión, sobre todo porque herramientas de IA han automatizado tareas que anteriormente necesitaban horas de trabajo (Rodríguez y Díaz, 2024). El enfoque tecnológico es un factor que ha determinado el perfil profesional del diseñador gráfico, esto “parte de la premisa de que históricamente la tecnología utilizada ha definido las habilidades y destrezas que se requieren desarrollar en la formación del diseñador gráfico” (Salinas, 2024, p. 44). Así como ocurrió en los años 80, la IA ofrece nuevas betas para optimizar procesos, reducir tiempos y explorar estilos visuales, pero no se debe dejar de lado sus implicaciones negativas o contradicciones en el diseño gráfico.

En suma, la IA no es un fenómeno aislado, ésta es parte de una larga historia de transformaciones tecnológicas que han impactado en el diseño gráfico, lo que ha generado resistencias y aperturas. Así como ocurrió con el desarrollo de los ordenadores en los años ochenta, la IA está generando debates similares sobre el futuro de los diseñadores gráficos. Como bien explica Salinas (2024), cada avance tecnológico ha reconfigurado las habilidades necesarias para ejercer el diseño, sin que eso implique eliminar sus fundamentos teóricos ni su dimensión creativa. La historia ha mostrado que el diseño no es reemplazado por la tecnología, sino reformulado por ella.

### ¿Qué es y cuál es el objetivo de la inteligencia artificial?

La inteligencia artificial se considera una rama de la informática que se centra en el uso de agentes inteligentes, que son sistemas que pueden razonar, aprender y actuar. En específico, la IA es un campo de estudio dentro de las ciencias de la computación que tiene el propósito de desarrollar sistemas que sean capaces de realizar tareas que por lo general necesitan de inteligencia humana (Soledad y Pérez, 2023). Villavicencio (2024) y Santos (2024) coinciden en explicar que la IA es la capacidad que tienen las máquinas para usar algoritmos, aprender de grandes volúmenes de datos y aplicar ese aprendizaje en la toma de decisiones como lo harían los seres humanos. Para estos autores, la IA puede ser utilizada para simplificar tareas y enriquecer la creatividad humana. Por su parte, Rodríguez y Díaz (2024) define a la IA como una rama de las ciencias de la computación orientada a construir sistemas con un compartimiento inteligente que tiene la capacidad para realizar actividades que requieren inteligencia humana.

A partir de una perspectiva técnica, se puede entender a la IA como la “habilidad de las máquinas para emplear algoritmos, adquirir conocimiento a partir de los datos y aplicar ese aprendizaje en la toma de decisiones de manera similar a como lo haría un humano” (Rouhiainen, 2018, p. 17 citado en Santos, 2024, p. 83). Esta capacidad no solo es limitativa a funciones cognitivas humanas como lo puede ser el razonamiento y el aprendizaje, por el contrario, va más allá debido a que busca superarlas en ciertos contextos específicos. Como muestra de ello, en el campo del diseño gráfico, la IA tendría la idoneidad para procesar grandes cantidades de datos visuales y generar contenido nuevo basado en la información o patrones que aprendió, lo que puede considerarse como un nuevo diseño creativo.

El objetivo principal de la IA es el de replicar y también emular las capacidades cognitivas humanas en máquinas y sistemas informáticos, con el fin de hacer una mejora y optimizar los procesos que cotidianamente necesita de la inteligencia de los seres humanos.

El objetivo de la IA no es imitar o superar a la mente de los seres humanos en términos absolutos, al contrario, lo que busca es crear herramientas que puedan mejorar la calidad de vida y que resuelvan problemas concretos de la sociedad (Rico, 2020). Por lo que, la IA está enfocada en desarrollar aplicaciones prácticas que ayuden a complementar las habilidades de las personas y además optimizar diversos procesos en diferentes campos. En suma, la IA es la combinación de algoritmos y tecnologías que son diseñados para emular las capacidades de los seres humanos como el aprendizaje, el razonamiento y la toma de decisiones. Con esta definición, se puede tomar a la IA como una herramienta que amplifica las capacidades humanas porque ofrece soluciones eficientes y precisas en áreas donde la automatización y el procesamiento de grandes volúmenes de datos son importantes.

## Algunas herramientas de inteligencia artificial en el diseño gráfico

La IA está lejos de ser un concepto futurista, se establece como un conjunto de herramientas que remodelan las prácticas profesionales, se presenta como un recurso valioso que es capaz de optimizar procesos de trabajo, estimular la creatividad y abrir nuevas posibilidades en la comunicación visual. En un contexto de expansión tecnológica, es importante que el diseñador gráfico comprenda el abanico de herramientas basadas en IA disponibles y sus aplicaciones en los procesos creativos y de producción. Con el objeto de dar una visión general de este campo dinámico, se presenta en la Tabla 2 una síntesis de las herramientas de IA relevantes para el diseño gráfico, junto con sus aplicaciones, recopilado de la literatura especializada consultada.

IA	Aplicación	Autores
<b>Softwares de edición de imágenes con IA (Photoshop, etc.)</b>	Facilitan procesos de mejora de imágenes y fotografías (reconocimiento de colores, formas y patrones para correcciones automáticas, refinado de bordes, eliminación de fondos, relleno según contenido, clonación o eliminación de elementos). Esto agilizan el trabajo del diseñador.	Rodríguez Paloma y Díaz Néstor, 2024; Martínez, Cáceres, Gutiérrez y Acevedo, 2023; Villavicencio Kerly, 2024.

<b>Algoritmos de IA por medio de la generación de prompts (Chat GPT)</b>	Generación de ideas para la creación de marcas y logotipos. Entendimiento de intereses de consumidores para enfocar el diseño. Análisis de grandes conjuntos de datos para sugerencias y recomendaciones personalizadas. Procesamiento del lenguaje natural para proporcionar asistencia en tiempo real durante el proceso creativo.	Martínez, Cáceres, Gutiérrez y Acevedo, 2023; Santos Fernando, 2024
<b>Generadores de imágenes basados en IA (Magic 3D, DALL-E2, Midjourney, Stable Diffusion, Astria, Luma, Adobe)</b>	Generación de bibliotecas completas de fuentes a partir de una muestra escrita, identificando características estructurales para sintetizar caracteres restantes.	Rodríguez Paloma y Díaz Néstor, 2024
<b>Redes neuronales de la IA</b>	Fuente inspiradora y expresiva para diseñadores gráficos y artistas.	Lazo Julio, Condori Miriam y Abarca Renato, 2024
<b>Wix ADI</b>	IA creadora de sitios web. Aprovecha la IA para la creación de las tareas más repetitivas y facilitar la experiencia de usuario.	Vergelin y Amaguaya, 2023; Barreto, Vergara y Palacios, 2024; Mancero, Suárez, 2023

Tabla 2. Herramientas de IA aplicadas en el diseño gráfico. Fuente: Elaboración propia con base en la consulta bibliográfica

La IA se presenta como una herramienta que tiene varias ventajas que impactan en el flujo de trabajo y la calidad de los resultados en el diseño gráfico. Como ejemplo de esto se encuentra la optimización del trabajo de diseño mediante la automatización de tareas repetitivas, lo que agiliza los procesos y permite a los diseñadores enfocarse en aspectos estratégicos y creativos. Martínez et al. (2023) comenta sobre la capacidad de la IA para comprender los intereses de los consumidores, esto facilita la creación de diseños más personalizados y alineados con los objetivos de las empresas.

En la Tabla 3 se muestran las diferentes ventajas de la aplicación de herramientas de IA, las cuales mejoran la eficiencia y la productividad, impulsan la creatividad y la innovación en la elaboración de productos de diseño gráfico.

Tipo de ventaja por el uso de IA	Descripción de la ventaja	Autores
<b>Optimización de flujos de trabajo y eficiencia</b>	Automatización de tareas repetitivas y rutinarias, permitiendo a los diseñadores centrarse en aspectos más creativos y estratégicos. Mejora la productividad y agiliza el proceso creativo y la producción de piezas gráficas. Permite atender las preferencias de los clientes con mayor rapidez y explorar una amplia variedad de opciones y variaciones de diseño con relativa facilidad.	Villavicencio Alvarado, 2024; Lazo et al., 2024; Rico Sesé, 2020; Santos, 2024; Mancero y Suárez, 2023
<b>Expansión de capacidades creativas</b>	La IA puede generar ideas únicas y creativas que sirven como punto de partida para el desarrollo de proyectos más complejos. Los sistemas de IA pueden aprender y aplicar diversos estilos artísticos a diferentes tipos de imágenes, ofreciendo nuevas posibilidades expresivas. Puede actuar como un “moodboard virtual” dinámico, ofreciendo inspiración y puntos de partida. Facilita la exploración de nuevas ideas y conceptos visuales.	Villavicencio Alvarado, 2024; Santos, 2024; Barreto et al., 2024
<b>Personalización de diseños</b>	Permite analizar las preferencias y necesidades específicas de los clientes, facilitando la creación de anuncios y banners más atractivos para perfiles de usuario determinados. Ayuda a trabajar con información valiosa para motivar al público objetivo.	Lazo et al., 2024; Martínez et al., 2023
<b>Reducción de costos y optimización de recursos</b>	La automatización de tareas y la generación eficiente de opciones pueden traducirse en una disminución de los gastos operativos. Optimiza el uso del tiempo y los recursos en tareas de producción y diseño.	Martínez et al., 2023; Mancero y Suárez, 2023

Tabla 3. Ventajas de la aplicación de IA en el diseño gráfico. Fuente: Elaboración propia con base en la consulta bibliográfica

En suma, las herramientas y aplicaciones de la IA en el diseño gráfico revelan un panorama de transformación y oportunidad que redefine los flujos de trabajo, impulsa la eficiencia y expande fronteras de creatividad. Como se observa en las tablas, la IA ofrece ventajas significativas en la automatización de tareas repetitivas, aceleración del proceso creativo, la personalización de diseños e incluso la reducción de costos. Herramientas como

*DALLE-E 2, Midjourney y Stable Diffusion* son el reflejo de la capacidad de la IA para generar imágenes innovadoras a partir de descripciones textuales, lo que abre la posibilidad de nuevas exploraciones visuales y creación de prototipos en un menor tiempo. Pese a ello, es importante tomar en cuenta que la IA debe ser vista como un aliado y una herramienta complementaria para el diseñador y no como un sustituto de su criterio, creatividad y capacidad conceptual.

## Impactos y retos de la IA en el diseño gráfico

Sin duda, la IA está redefiniendo al diseño gráfico, ésta ofrece nuevas oportunidades para la creatividad y genera procesos más cortos y eficientes, sin embargo, también plantea nuevos desafíos. Según Rico (2020), la IA está cambiando de manera drástica la naturaleza de los procesos creativos, esto implica el hecho de que los profesionales del diseño ya no tendrán el monopolio de la creatividad. Situación que genera “diseñadores no profesionales”, esto hace referencia a personas que no contratan los servicios de un profesional y con ayuda de herramientas de IA generan sus propios proyectos y diseños (Salinas, 2024).

El cambio en las habilidades requeridas por los diseñadores es uno de los impactos más importantes por la incorporación de la IA. Al respecto, Salinas (2024) asegura que la currícula de las próximas décadas debe enfocarse en la comprensión y aplicación correcta de fundamentos, teóricos y conceptos del diseño para crear instrucciones eficientes para la IA. Esto derivaría en que los diseñadores requieran de mayores habilidades de vocabulario y lenguaje para dictar comandos de texto, lo que estaría marcando un cambio de las habilidades manuales con instrumentos análogos, así como la destreza para la conceptualización y resolución de problemas.

Por otra parte, la implementación de la IA en el diseño gráfico amenaza con desprofesionalizar la carrera. Según Salinas (2024), gran parte de los diseñadores no participan activamente en el estudio y análisis de la IA, lo cual da pie a que los expertos en tecnología desarrollen herramientas de IA sin considerar las necesidades o métodos de trabajo propios del Diseño Gráfico. Esto complica la colaboración entre diferentes disciplinas y hace que el diseño quede en manos de herramientas automatizadas, en lugar de fortalecerlo como una profesión con conocimientos propios y definidos. Sumado a esto, Lazo et al. (2024), advierten sobre el riesgo de desempleo en el sector del diseño, esto debido a la facilidad con la que las herramientas de IA permiten generar productos visuales de muy buena calidad en poco tiempo a través de redactar un *prompt*.

De igual manera, los procesos de automatización de tareas creativas generan una pérdida de singularidad y originalidad. En otras palabras, la producción masiva y automatizada de contenido visual puede fomentar una mentalidad “de copia y pega, donde la creatividad y el pensamiento crítico serían relegados en favor de la conveniencia y la rapidez” (Santos, 2024, p. 84).

Asimismo, esta dependencia excesiva a los algoritmos predefinidos puede generar estereotipos culturales y reducir la diversidad creativa. Para Rodríguez y Díaz (2024) la incorporación de la IA en el diseño gráfico plantea preocupaciones por la pérdida de autenticidad y la proliferación de contenido visual genérico, además de la reducción de empleos, lo que representa un desafío para la industria en términos de sostenibilidad y ética profesional.

Ante estos impactos, tanto positivos como negativos, el diseño gráfico enfrenta nuevos desafíos derivados del avance de la IA, entre ellos, la transformación de las habilidades y roles de los profesionales de esta área. Los diseñadores tienen que adaptarse a un contexto donde la interacción con sistemas de IA está exigiendo el dominio de *prompts* y pensamiento estratégico. Esto sugiere un cambio de habilidades manuales hacia la conceptualización y resolución de problemas más complejos. Aunado a esto, los perfiles profesionales cambian hacia roles de gestión y liderazgo creativo, donde ya no solo es el diseñador, sino una mancuerna entre humano-IA, quienes redefinen la creatividad como un proceso en conjunto.

Uno de los retos más importantes dentro del tema legal es la vulneración de derechos de autor. Plataformas como *Mid Journey* y *Stable Diffusion* generan controversias al utilizar imágenes protegidas por derechos de autor para que entrenen a sus algoritmos. También, la falta de normativas claras sobre la propiedad intelectual de los diseños generados por una IA genera diversas preguntas sobre quién es el autor: la máquina, el diseñador o ambos.

La presencia de vacíos legales requiere una pronta regulación que pueda garantizar un uso justo y ético de esta gran tecnología, con ello se protegerá tanto a los creadores originales, así como a los profesionales que utilizan estas herramientas. En específico, en la Tabla 4 se muestran las preocupaciones y desafíos clave sobre los aspectos legales de la IA en el diseño gráfico.

Gómez (2025), indica que la llegada de la IA como herramienta creativa ha generado debates tanto a nivel nacional como internacional, respecto a la aplicación de los marcos legales de propiedad intelectual existentes en la actualidad.

Preocupaciones y desafíos	Autores
<p><b>Vacíos legales y necesidades urgentes de regulación:</b> El dominio de la IA en la creación de contenido visual no tiene normativas definidas o universalmente aceptadas, esto genera un vacío legal que debe cubrirse con urgencia. Se necesita una mayor claridad legal y es necesario legislar para el trabajo y la cultura ética con IA para abordar los desafíos en el campo legal.</p>	<p>Villavicencio (2024), Lazo, Condori y Abarca (2024), Soledad y Pérez (2023)</p>
<p><b>Desafíos para la autoría y propiedad intelectual:</b> La IA puede generar obras con derechos de autor si las hiciera un humano, pero bajo las leyes actuales no se podría atribuir titularidad de derechos de autor a productos considerados no humanos. Esto genera preguntas sobre la propiedad del contenido generado a partir del estilo y obra de IA: qué porcentaje del trabajo original es aceptable y hecho por el humano, y los desafíos legales y éticos en cuanto a la propiedad intelectual y atribución de autoría. También entra a debate la ética y legalidad de que los modelos de IA son entrenados con material visual protegido por derechos de autor.</p>	<p>Villavicencio (2024), Lazo, Condori y Abarca (2024), Santos (2024), Barreto, Vergara y Palacios (2024), Rodríguez y Díaz (2024)</p>
<p><b>Determinación de la responsabilidad por los resultados generados:</b> Debido al diseño automatizado, se intensifican las preocupaciones éticas y las responsabilidades. Surgen cuestionamientos éticos y legales sobre quién es responsable si un diseño automatizado infringe derechos de autor o causa daño moral. El debate gira en torno a si la responsabilidad recae en los diseñadores, desarrolladores del software o propietarios de las plataformas. Ante esto, se necesita un marco legal claro para garantizar una aplicación justa de la normatividad.</p>	<p>Villavicencio (2024), Santos (2024)</p>
<p><b>Consideraciones éticas con implicaciones legales:</b> Se plantean cuestiones éticas sobre cómo asegurar que el diseño generado por IA cumpla con estándares. El sesgo por el algoritmo es un aspecto urgente para abordar, ya que los datos de entrenamiento pueden generar sesgos, que trae como resultado el reforzamiento de estereotipos o discriminación. La ética es un pilar importante en el uso de la IA ya que ayuda a amortiguar los riesgos de plagio y el uso de datos.</p>	<p>Villavicencio (2024), Santos (2024), Lazo, Condori y Abarca (2024), Barreto, Vergara y Palacios (2024), Mancero y Suárez (2023), Rodríguez y Díaz (2024)</p>

Tabla 4. Preocupaciones y desafíos clave sobre los aspectos legales de la IA en el diseño gráfico. Fuente: elaboración propia con base en la consulta bibliográfica.

En México, el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), que es la autoridad administrativa en materia de derechos de autor y derechos conexos, ha comenzado a enfrentar ciertos desafíos, mediante la interpretación y aplicación de la legislación vigente además de la promoción de la discusión y el análisis para futuras adecuaciones normativas.

Según Gómez (2025), la postura del INDAUTOR se basa en la Ley Federal del Derecho de Autor, la cual establece que el autor debe ser una persona física, es decir, un ser humano que haya creado una obra literaria o artística, requiriendo que la obra sea producto del intelecto humano y exprese individualidad y personalidad del autor para ser protegible. En esta circunstancia, la originalidad se asocia con la creatividad humana, no con la generación de contenido artificial. Explica Gómez (2025) que el INDAUTOR ha aplicado esta interpretación para rechazar solicitudes de registro de obras creadas por IA, argumentando que no cumplen con el requisito de ser producto de una persona física ni poseen la originalidad que es parte de la creatividad humana.

Además de la autoría, menciona Gómez (2025), el INDAUTOR también aborda la cuestión de los derechos morales. Esta institución ha rechazado la posibilidad de dar derechos morales a las herramientas de IA, ya que dicha titularidad moral es exclusiva de la persona física autora y se protege el vínculo personalísimo del autor con su creación. Esta perspectiva del INDAUTOR es avalada por la Sala Especializada en Materia de Propiedad Intelectual del Tribunal Federal de Justicia Administrativa, determinando que una creación por IA no es protegible por el derecho de autor ni le corresponden derechos morales bajo la ley actual.

Ante el contexto actual de la IA y su regulación, y reconociendo que la legislación vigente no está plenamente lista para los escenarios de creación con IA, INDAUTOR ha buscado activamente generar conocimiento y debate para proyectar modificaciones normativas. Debido a esto, la institución organizó el seminario *Hacia una armonización legislativa en materia de Derechos de Autor e Inteligencia Artificial* con el objetivo de construir los cimientos para la regulación de la inteligencia artificial aplicada a obras creativas. En aquel seminario se reunieron creadores, abogados y académicos, quienes analizaron las intersecciones entre la IA y los derechos de autor.

Así mismo, se discutieron estrategias legales de protección y se establecieron las implicaciones legales y éticas derivadas de la creación con IA. Se analizaron las disposiciones legales para fortalecer y asegurar la tutela efectiva de los derechos de autor y derechos conexos ante los desafíos que supone el uso de la IA. La participación de organizaciones internacionales como la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) y UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) en el evento organizado por INDAUTOR manifiesta la dimensión global de la discusión y la necesidad de una regulación pertinente y necesaria para mitigar las amenazas para la comunidad de derechos de autor.

En general, la respuesta de INDAUTOR a los desafíos legales que plantea la incorporación de la IA hablando de derechos de autor se entiende en dos sentidos. Por un sentido, la aplicación estricta de la Ley Federal del Derecho de Autor, que en la actualidad limita la protección de las obras creadas por personas físicas y rechaza la autoría y los derechos morales de la IA. Por un segundo sentido, la iniciativa de organizar discusiones y análisis con diferentes sectores para identificar las necesidades de modificar normativas y seguir avanzando hacia una armonización legislativa que logra abordar las implicaciones legales y éticas de la IA en la creación de obras.

Por último, Santos (2024) y Salinas (2024) coinciden en que uno de los desafíos importantes que se presentan en la actualidad es la preservación de la originalidad y calidad en este nuevo contexto de producción masiva y automatizada. La poca dificultad que implica diseñar con IA deja la creatividad del diseñador en un segundo plano. Para afrontar esto, es necesario integrar la IA como una herramienta complementaria, no sustitutiva. Además de generar esfuerzos colaborativos entre académicos y profesionales, donde se tienen que actualizar los planes de estudio, fomentar marcos éticos, así como fortalecer la investigación. Todo esto puede asegurar que la IA verdaderamente contribuya al diseño gráfico sin comprometer sus bases fundamentales.

## La ética y supervisión humana como alternativa

La interacción entre diseño gráfico e IA plantea cuestiones de ética y de responsabilidad en su uso. Es precisamente la ética un faro que puede guiar ante esta tormenta que ha generado el uso, mal uso o sobre uso de la IA en el diseño. Si se adoptan principios éticos en el desarrollo y uso de la IA “podemos aspirar a un futuro donde la eficiencia no esté en conflicto con la autenticidad y la integridad creativa” (Santos, 2024, p. 93). Los dispositivos y sistemas inteligentes tienen una relevancia ética, pero no por sí mismos, sino porque han sido diseñados y programados por personas para funcionar de una determinada manera, por lo que la responsabilidad de su funcionamiento recae en los diferentes grupos de interés implicados en su diseño y elaboración. Si se adoptan principios y estándares éticos esto puede “contribuir sobremedida a potenciar los beneficios derivados de la IA y a minimizar los riesgos que su uso implica” (Marín, 2019, p. 17).

Para Santos (2024), la integración de la ética en la IA debe estar en todas las etapas del proceso creativo, desde que se conceptualiza hasta su implementación. Este autor propone tres pilares fundamentales para esto, la

transparencia en el funcionamiento de los algoritmos, la equidad para evitar sesgos discriminatorios y responsabilidad en la atribución de autoría y derechos. Asimismo, propone un análisis continuo de las implicaciones éticas, sociales y culturales de la integración de la IA en el proceso creativo. Con base en este enfoque ético y la implementación de procesos, límites y marcos colaborativos, se puede tener un enfoque equilibrado y se puede garantizar que el diseño gráfico sea eficiente, genuino y relevante en su impacto en la cultura y la sociedad, con esto se trabajará “hacia un panorama creativo más inclusivo, diverso y significativo, donde la tecnología y la expresión humana se fusionen en armonía para dar forma a un mundo visualmente enriquecido y en constante evolución” (Santos, 2024, p. 93)

Por su parte, la supervisión humana es un aspecto fundamental en el uso ético de la IA dentro del diseño gráfico. La IA tiene la capacidad de optimizar tareas repetitivas, pero carece de la capacidad de un ser humano para contextualizar problemas de comunicación visual o dar soluciones creativas basadas en las teorías del diseño. Santos (2024), explica que los diseñadores deben tener un conocimiento sólido para identificar y corregir los sesgos y errores que genera la IA, con esto se evita que los diseños automatizados repliquen estereotipos o prejuicios. Además, se garantiza calidad técnica y preservación de la integridad conceptual para cumplir con los requerimientos comunicativos. De esta forma, la creatividad del diseñador, sus conocimientos en composición y técnicas, son el filtro para transformar resultados algoritmos en diseños significativos y originales.

Así, el conocimiento previo del que está dotado el diseñador, actúa como “un catalizador que enriquece el proceso de generación de imágenes, proporcionando a la inteligencia artificial un marco de referencia sólido desde el cual trabajar” (Santos, 2024, p. 89). Rodríguez y Díaz (2024) advierten que, aunque la IA mejora los procesos creativos, los requerimientos comunicativos de los proyectos (como transmitir emociones o adaptación a contextos culturales) necesitan un entendimiento profundo que solo los diseñadores pueden dar, por lo que, la supervisión humana da la seguridad de que la IA no reemplace las funciones del diseñador. Por todo esto, es importante incorporar la supervisión humana en el uso de la IA dentro del diseño, esto implica que los diseñadores adquieran conocimientos técnicos y éticos de cómo debe usarse.

En suma, la ética del uso de la IA en el diseño gráfico tiene que ver con la aplicación de principios como la transparencia, equidad, y responsabilidad en todo el proceso creativo en donde se utiliza dicha tecnología, garantizando que los productos o proyectos no reproduzcan sesgos, afecten la autenticidad, la diversidad y la integridad de los diseños. Implica considerar

los impactos sociales y culturales del uso de esta nueva tecnología, esto asegura que su uso potencia la creatividad humana, más no la reemplaza. Por su parte, la supervisión humana es el proceso por medio del cual los diseñadores revisan, ajustan y validan los resultados que arroja la IA para garantizar una calidad técnica, coherencia creativa y cumplimiento con los estándares éticos. Esto asegura que la IA sea solo una herramienta complementaria, no sustitutiva de la creatividad del diseñador. Además implica que los profesionales del diseño se especializan aún más en este campo de creación visual por medio del binomio Humano-IA, lo que puede garantizar su permanencia y relevancia en el mundo laboral.

## Conclusión

Con lo expuesto en este artículo, se puede contribuir al debate sobre si la implementación de la IA en el diseño gráfico contribuye o demerita el quehacer de los diseñadores. La IA no es inherentemente buena o mala para el diseño, más bien, el análisis debe centrarse en cómo se integra a esta disciplina. Como herramienta, la IA puede democratizar el acceso a la creación visual y agilizar procesos técnicos y repetitivos, lo que permite a los diseñadores enfocarse en estrategias conceptuales y narrativas. Pero, su uso indiscriminado, sin supervisión y falta de ética amenaza con homogeneizar la creatividad, erosionar la autoría y desplazar los roles profesionales. El punto crítico está en adoptar un enfoque híbrido, en donde la IA complemente, sin reemplazar, al diseñador gráfico. Los profesionales del diseño deben aprender nuevas habilidades como la gestión de algoritmos y la corrección de sesgos, manteniendo su capacidad crítica para contextualizar problemas y transmitir emociones, así como sus habilidades teóricas y técnicas sobre profesión.

El reto actual consiste en integrar de manera ética, equilibrada y eficiente a la IA, para que en lugar de desplazar o crear diseñadores no profesionales, les dé más herramientas y puedan generar mejores proyectos. Un primer paso sería integrar el uso ético y supervisado de la IA en las universidades por medio de manuales, talleres o modificación del plan de estudios. Por otra parte, debatir y generar políticas y regulaciones en su uso, sobre todo por la cuestión de la propiedad intelectual y la protección de datos. Un segundo paso es generar más investigaciones desde el diseño gráfico sobre los usos que profesores, alumnos y profesionales hacen de la IA, así como los impactos positivos y negativos que trae consigo su incorporación. El reto en el diseño es lograr integrar la IA sin perder la esencia de la disciplina. Cuando teoría, técnica y creatividad se combinen con un uso desde la ética y la supervisión humana de la IA, será posible desarrollar resultados innovadores y fieles al propósito comunicativo del diseño.

## Referencias

- Barreto, J., Vergara, H. y Palacios, F. (2024). *Análisis del uso de la inteligencia artificial en la práctica del diseño gráfico*. Riobamba-Ecuador. mktDESCUBRE, [S.L.], v. 1, n. 24, p. 17 - 26, dec. 2024. ISSN 2602-8522. Disponible en: <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktDESCUBRE/article/view/867>
- Gómez, B. (2025). *México: Un tribunal se pronuncia sobre el registro de un diseño gráfico creado por inteligencia artificial*. Instituto Autor. <https://institutoautor.org/mexico-un-tribunal-se-pronuncia-sobre-el-registro-de-un-diseño-gráfico-creado-por-inteligencia-artificial/>
- Lazo, J., Condori, M. y Abarca, R. (2024). *Impacto de la inteligencia artificial en el diseño gráfico*. Revista de Investigación Científica KUTIMUY. ISSN: 3028-9971, e-ISSN: 3084-7044 (En línea) pp. 99-108 Disponible en: <https://revistas.unsa.edu.pe/index.php/kutimuy/article/view/199>
- Mancero, A. y Suárez, J. (2023). *Uso de herramientas de inteligencia artificial en los productos comunicacionales de los estudiantes de la carrera de Comunicación*. La Libertad. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud. Disponible en: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/10206>
- Marín, S. (2019). *Ética e inteligencia artificial*. Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa IESE Business School. Universidad de Navarra. Cuaderno n° 42. Disponible en: <https://www.iese.edu/media/research/pdfs/ST-0522.pdf>
- Martínez, A., Dennis, R., Cáceres, Y., Gutiérrez, Y., Quiroz, J., y Acevedo, E. (2023). *Inteligencia artificial y su repercusión en los diseñadores gráficos en Panamá*. Revista Semilla Científica, 1(4), pp. 513-523. Disponible en: <https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/sc/article/view/1295>
- Rico, J. (2020). *El diseñador gráfico en la era de la inteligencia artificial*. EME Experimental Illustration, Art & Design, ISSN-e 2253-6337, N. 8, págs. 66-73. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7427889>
- Rico, J. (2023). *Nuevos retos para el diseño y la comunicación. La inteligencia artificial en los procesos creativos del diseño gráfico*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=316846>
- Rodríguez, P. y Díaz, N. (2024). *Estudios sobre la inteligencia artificial como herramienta del diseño gráfico: una investigación documental*. Artificio, (5), eB1-eB20. e-ISSN2992-7463. Disponible en: <https://revistas.uaa.mx/index.php/artificio>
- Salinas, I. (2024). *La prospectiva del diseño gráfico en la era de la inteligencia artificial*. Zincografía, año 9, No. 17. Disponible en: <https://zincografia.cuaad.udg.mx/index.php/ZC/article/view/249>
- Santos, F. (2024). *El Diseño gráfico automatizado: un análisis crítico detrás de la inteligencia artificial*. Eídos, 17(24), ISSN-e 1390-5007, pp. 81-93. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9879209>
- Secretaría de Cultura (2025). *INDAUTOR organiza el seminario Hacia una armonización legislativa en materia de derechos de autor e Inteligencia Artificial*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/cultura/prensa/indautor-organiza-el-seminario-hacia-una-armonizacion-legislativa-en-materia-de-derechos-de-autor-e-inteligencia-artificial>

Soledad, M. y Pérez, J. (2023) *Impacto del uso de la Inteligencia Artificial en el diseño gráfico, un mapeo sistemático de la literatura selectiva del año 2023*. Revista Jóvenes en la ciencia, 26, pp. 1-14. Disponible en: <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/4230>

Vergelin, J. y Amaguaya, S. (2023). *La inteligencia artificial en la práctica del diseño gráfico en Quito, Ecuador. Un análisis de su implementación, frecuencia de uso y perspectiva al futuro*. Quito: Universidad Israel, 2023 46p. Mg. Vergelin Almeida José Alejandro, UISRAEL-EC-MASTER-GEST-DIS-378.242-2023-004. Disponible en: <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/3896>

Villavicencio, K. (2024). *La perspectiva del diseño gráfico ante la inteligencia artificial*. Revista De Investigación Formativa: Innovación Y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas, 5(2). Disponible en: <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/329>



## **Luz Maryana Hernández Cerna**

Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, originaria de Zaucaltipán de Ángeles, Hidalgo, México. Posee múltiples habilidades en relación a la identidad visual, animación y edición de video, creación de contenido para redes sociales, diseño publicitario, fotografía, además del manejo de programas de edición, entre otras. Cuenta con experiencia laboral con empresas particulares en el diseño y manejo de redes sociales, creación de manuales de identidad, elaboración de materiales impresos, fotografía, edición audiovisual e ilustración, llevado a cabo como diseñadora independiente. Actualmente es diseñadora independiente y se especializa en el manejo de redes y creación de identidad visual, así como en fotografía y edición de material audiovisual.