

La implementación de la inteligencia artificial como herramienta en el diseño gráfico



Fátima Xiadani Ramírez Jiménez

ORCID: 0009-0003-2917-8857,

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo,

Escuela Superior de Actopan.

ra356801@uaeh.edu.mx

fatima.jimenez1901@gmail.com

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de la inteligencia artificial (IA) en el diseño gráfico, resaltando su papel como herramienta complementaria más que como sustituto del trabajo creativo.

Se revisan sus principales aplicaciones actuales, así como los retos, beneficios y debates que su integración ha generado en la práctica del diseño. Para complementar el análisis, se aplicó una encuesta de carácter cualitativo con apoyo cuantitativo a 65 participantes vinculados al ámbito del diseño gráfico.

Los resultados muestran que la mayoría percibe la IA como un recurso que optimiza tiempos, amplía las posibilidades creativas y apoya la toma de decisiones visuales, aunque también persisten dudas sobre su impacto laboral. De manera general, los hallazgos sugieren que la IA se perfila como una oportunidad estratégica siempre que se integre de forma consciente, crítica y responsable, favoreciendo la evolución del diseño gráfico hacia nuevas formas de creación y colaboración.

Palabras clave:

Inteligencia artificial, procesos creativos, diseño gráfico, innovación tecnológica, automatización.



Abstract

The objective of this research is to analyze the impact of artificial intelligence (AI) on graphic design, emphasizing its role as a complementary tool rather than a substitute for creative work.

The study reviews its main current applications, as well as the challenges, benefits, and debates that its integration has generated in design practice. To complement the analysis, a qualitative study supported by quantitative elements was carried out through a survey applied to 65 participants linked to the field of graphic design.

The results show that most respondents perceive AI as a resource that optimizes time, expands creative possibilities, and supports visual decision-making, although doubts about its labor impact still remain. Overall, the findings suggest that AI emerges as a strategic opportunity when integrated consciously, critically, and responsibly, fostering the evolution of graphic design toward new forms of creation and collaboration.

Key words:

Artificial intelligence, creative processes, graphic design, technological innovation, automation.

Introducción

En la actualidad, el diseño gráfico es considerado una disciplina clave para la elaboración de mensajes visuales, adaptándose constantemente a los avances tecnológicos que se han presentado en los últimos años.

Por otra parte, la inteligencia artificial ha comenzado a ocupar un lugar relevante dentro del ámbito creativo. Su integración en el diseño gráfico ha abierto nuevas posibilidades en la generación automática de imágenes, el diseño de interfaces, la edición visual y la personalización de contenidos, entre otras aplicaciones.

Este avance ha generado múltiples debates sobre su integración en el diseño gráfico. Por un lado, se destacan sus beneficios en la automatización de tareas y la optimización de procesos y por otro, surgen dudas sobre el impacto que puede tener en la creatividad humana, la originalidad y el futuro laboral de los diseñadores. Este debate refleja la necesidad de analizar cómo la IA empieza a formar parte en la práctica del diseño gráfico y cuáles son sus implicaciones reales para la profesión.

“Puede ocasionar y afectar otra vida y la suya, entonces se sigue siendo un ser ignorante pero ahora obstinado, porque en realidad no ha aprendi-

do y cree que su actuar es más adecuado” (Evelio, 2015). En ese sentido, nos lleva a investigar y examinar el papel de la inteligencia artificial como herramienta complementaria en el diseño gráfico, evaluando no solo sus aplicaciones actuales, sino también los retos, beneficios y percepciones que suscita entre quienes ejercen o se forman en esta disciplina.

Fundamentación del diseño gráfico y su constante evolución

El diseño gráfico ha sido históricamente una disciplina en transformación, influenciada por contextos culturales y avances tecnológicos. Desde las primeras representaciones visuales hasta la digitalización contemporánea, su evolución ha estado marcada por la incorporación de nuevos lenguajes y herramientas (Mayab, 2020; De la Fuente, 2023).

En el siglo XX, surgieron movimientos como la Bauhaus que ayudaron a declarar el diseño gráfico como una disciplina profesional y académica (U-tad, 2024), y con el paso del tiempo, nuevos avances tecnológicos se fueron incorporando al proceso creativo lo que encaminó que los diseñadores gráficos se vieran en la necesidad de adaptarse para lograr que los mensajes visuales llegaran de manera más efectiva al público al que se estaban dirigiendo (Mayab, 2020).

La implementación de la inteligencia artificial representa un nuevo capítulo en esta constante evolución en la que siempre se ha encontrado el diseño gráfico. Al igual que en avances anteriores, su llegada y uso han generado millones de comentarios y debates entre algunos sectores del diseño gráfico tradicional, quienes temen por la posible automatización de tareas creativas que se realizaban (Rico, 2020). Sin embargo, si se observa desde un punto de vista histórico, cada avance ha servido para reconfigurar, diversificar y expandir el campo del diseño, no para eliminarlo ni para sustituir a los que forman parte de él (Busto, 2024; Brandemia, 2023).

Inteligencia artificial en el ámbito creativo

En este marco de constante cambio, la inteligencia artificial ha emergido como uno de los desarrollos tecnológicos más actualizados. Para comprender de manera más amplia el concepto de la IA, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, s/f) la define como “máquinas capaces de imitar ciertas funcionalidades de la inteligencia humana incluyendo la percepción, el aprendizaje, el razonamiento, la resolución de problemas, la interacción del lenguaje e incluso la producción creativa”.

En este sentido, la inteligencia artificial ha comenzado a ser comprendida como un conjunto de algoritmos capaces de realizar procesos que desarrollarían humanos, como el razonamiento, el manejo de problemas y la interacción con los usuarios. Abriendo paso a que la inteligencia artificial no solo haga caso a instrucciones específicas, sino que también sea parte de necesidades que le da el usuario (Brandemia, 2023; Universidad Europea Creative Campus, 2024).

En el diseño gráfico, estas capacidades se traducen en la generación automática de imágenes, la personalización de contenidos y la optimización de procesos (Brandemia, 2023; Salinas, 2024).

Javier Rico Sesé (2020), diseñador gráfico, señala que “la tecnología nos fascina y nos asusta a partes iguales. Para bien o para mal, la IA ya está instalada en nuestras vidas”. Esto hace pensar en la necesidad de comprender y analizar de forma crítica cómo la inteligencia artificial puede convertirse en una herramienta de apoyo para los diseñadores gráficos ya sea en el desarrollo de proyectos o de actividades creativas. Más allá del desarrollo tradicional que se tiene desde hace mucho tiempo, es fundamental que los diseñadores gráficos, estén en constante actualización, dispuestos a adaptarse a los cambios y de integrarlos en cada uno de sus procesos.

Es aquí donde llegamos al punto de la tecnología y el desarrollo que ha tenido en los últimos años, ya que ha dado lugar a nuevas herramientas y procesos, entre los que destaca de manera significativa la inteligencia artificial (Salinas, 2024; García y Chen, 2024).

Autores como Mario Klingemann, pionero en el uso de inteligencia artificial en el arte desde 2009, ha expresado a través de sus piezas y proyectos que la IA funciona como una herramienta más dentro del proceso creativo (Villalonga, 2021). Esta perspectiva implica que la inteligencia artificial no reemplaza la creatividad humana, sino que permite automatizar ciertas tareas que consumen tiempo, para que el creador pueda enfocarse en aspectos que requieren mayor atención y sensibilidad.

Además, Klingemann, ha reflexionado sobre la diferencia fundamental entre humanos y máquinas, señalando que “hay una gran diferencia entre humanos y máquinas, y es que los humanos mueren. Y esa perspectiva nos induce a hacer cosas que tengan un sentido, mientras que la máquina no tiene esa motivación.” (Villalonga, 2021). Esta reflexión destaca que la motivación y la búsqueda de sentido son propias del ser humano, lo que explica por qué la IA no puede sustituir la creatividad, sino que funciona como un complemento en el proceso artístico.

«La tecnología nos fascina y nos asusta a partes iguales. Para bien o para mal, la IA ya está instalada en nuestras vidas.»

Sin embargo, a pesar de que existen diversas investigaciones que son pertenecientes a este campo, muchos diseñadores se siguen manifestando en contra de esta herramienta que ofrece la inteligencia artificial, pues ocasiona inseguridad respecto a la estabilidad, el valor que más gente pueda percibir ante su trabajo y la originalidad de este (Universidad Europea Creative Campus, 2024).

En el Design in Tech Report 2018, el experto en tecnología John Maeda recopiló datos mediante encuestas dirigidas a diseñadores de Europa, América del Norte y países en desarrollo, con un solo propósito, dar a conocer la percepción sobre la integración de la inteligencia artificial en el ámbito creativo. Este informe reveló que el 88% de los diseñadores encuestados consideró que la inteligencia artificial podría reemplazar su trabajo en un plazo de cinco años (Maeda, 2018).

Aplicaciones de la IA en el diseño gráfico

La inteligencia artificial ha ampliado un mundo de posibilidades en el diseño gráfico. Actualmente, existen diferentes plataformas digitales, ya sean gratuitas o de pago, en las que la IA se ha integrado como uno de sus principales recursos. Estas ofrecen una gran variedad de funciones que apoyan en el desarrollo de proyectos pertenecientes a esta rama (Bustos, 2025; Salinas, 2024).

El hecho de que la IA está comenzando a integrarse en estas plataformas evidencia el avance tecnológico al que deben adaptarse, pues esto representa la transformación y actualización del nuevo panorama en el diseño gráfico.

Como en la conferencia de Canva Create, la CEO, Melanie Perkins, 2024, destacó:

“Si bien nuestra misión en la primera década era simplificar y democratizar el ecosistema del diseño, ahora estamos trabajando en unificar los ecosistemas fragmentados de diseño, inteligencia artificial y herramientas de flujo de trabajo dentro de las empresas” (Coderhouse, 2024).

Esto es uno de los múltiples ejemplos sobre cómo los propios creadores de programas y plataformas dirigidos al diseño buscan la integración de la IA en sus servidores para que funcionen como una herramienta y formen parte de los nuevos avances tecnológicos en los que nos encontramos en los últimos años.

Cabe destacar que estas aplicaciones no solo ofrecen funciones totalmente técnicas, sino que también nuevos métodos de trabajo que pueden ser aprovechados por los diseñadores para facilitar su flujo de trabajo.

Uno de los avances más mencionados en esta área, es la capacidad de la IA para generar ideas o bocetos de logotipos, ilustraciones y composiciones gráficas. Y para el desarrollo de estos materiales, se le debe generar instrucciones específicas que son mejor conocidos como *prompt*, estas instrucciones se introducen en la interfaz de la IA con el fin de guiar la generación del contenido deseado. Su función principal es expresar de manera clara lo que se busca, permitiendo obtener resultados más precisos y acordes a las necesidades del usuario (Lazo, Condori y Abarca, 2024).

Más allá de la creación directa de imágenes, la IA también nos proporciona herramientas que automatizan tareas repetitivas, estas funciones no solo ahorran tiempo, sino que también permiten a los diseñadores centrarse en aspectos más importantes del proceso creativo (Bluehost, 2024).

Esta variedad de herramientas disponibles es amplia y sigue en crecimiento. Aunque muchas comparten una base tecnológica en común, cada programa implementa la IA de forma distinta, adaptándola a sus funciones específicas y al tipo de usuario al que se dirige (York, 2025 y Palma, 2024).

Beneficios y riesgos de la IA en el diseño gráfico

La implementación de la inteligencia artificial implica un proceso de adaptación, ya que no solo se trata de aprender a utilizar una herramienta, sino de desarrollar la capacidad de comunicarse con ella de manera efectiva para aprovechar al máximo lo que nos ofrece (Bustos, 2025).

Podemos recalcar que la inteligencia artificial podrá guiar al máximo el aprovechamiento de las capacidades de un diseñador a la hora del desarrollo de un proyecto, liberándose de tareas repetitivas y permitiéndonos llegar a una exploración de su creatividad.

De manera natural, el diseño gráfico cuenta con etapas definidas dentro de su proceso creativo. Estas fases de desarrollo, al aplicarse en un proyecto, iniciaban con una etapa de investigación y definición, en la cual se establecían las bases conceptuales del trabajo. Esta fase inicial orientaba el proceso hacia los resultados esperados y aseguraba el cumplimiento de los objetivos previamente planteados (Tempone, 2022; Universidad Europea Creative Campus, 2024b). No obstante, en muchos casos dichas etapas podían pro-

longarse en exceso o incluso quedar inconclusas, ya que algunas decisiones fundamentales se postergaban hasta el momento del desarrollo visual.

Etapas del desarrollo creativo para el diseñador gráfico	
Inspiración	El diseñador busca motivación y estímulos para comenzar su proyecto.
Investigación	Recolección de información relevante para entender el contexto y necesidades del diseño.
Ideación	Generación y exploración de diferentes ideas y posibles soluciones creativas.
Verificación	Evaluación y selección de las ideas más adecuadas y viables.
Ejecución	Desarrollo final del diseño y preparación para su presentación o entrega.

Tabla 1. Etapas del proceso creativo para proyecto de diseño gráfico (Tempone, D., 2022 y Universidad Europea Creative Campus, 2024b).

Como se observa en la Tabla 1, el proceso creativo en diseño gráfico tradicionalmente sigue cinco etapas: inspiración, investigación, ideación, verificación y ejecución (Tempone, 2022; Universidad Europea Creative Campus, 2024b). Estas fases han permitido estructurar el desarrollo de proyectos, garantizando coherencia y sistematicidad en la producción visual. Sin embargo, la incorporación de la inteligencia artificial (IA) introduce transformaciones significativas. Herramientas basadas en algoritmos permiten automatizar la búsqueda de referencias durante la etapa de investigación, generar múltiples propuestas en la fase de ideación y optimizar ajustes en la fase de ejecución. Este cambio no elimina las etapas, sino que las redefine, al agilizar tareas rutinarias y liberar al diseñador para concentrarse en aspectos más creativos y estratégicos.

La asistencia de la IA resulta fundamental en la realización de materiales visuales como ilustraciones, logotipos, propuestas tipográficas y combinaciones cromáticas. No obstante, esta colaboración no implica la sustitución completa de las tareas humanas, sino que debe entenderse como una herramienta de apoyo que facilita el proceso creativo y reduce los tiempos de producción (Brandemia, 2023; Rico, 2020). Asimismo, durante las fases de ajuste o refinamiento, la IA puede contribuir en acciones como la mejora automática de imágenes, la organización de composiciones o la creación de variantes visuales, favoreciendo una mayor exploración de alternativas sin comprometer los tiempos de entrega.

Ante este panorama, el rol del diseñador no desaparece ni pierde relevancia, sino que se transforma. A pesar de los avances tecnológicos que caracterizan al mundo creativo actual, el trabajo del diseñador sigue siendo esencial, pues se ve complementado y potenciado por las herramientas que ofrece la IA. No basta únicamente con utilizar estas tecnologías, sino que resulta indispensable aprender a aprovecharlas al máximo y comprender de manera crítica los resultados que generan. Reconocer sus beneficios constituye un elemento clave para optimizar su uso y, con ello, fortalecer el desarrollo de las distintas etapas del proceso de diseño de forma más eficiente y estratégica.

Beneficios de la inteligencia artificial en el diseño gráfico.	
Ahorro de Tiempo	El uso de la inteligencia artificial, nos permite automatizar tareas repetitivas que nos podrían llevar más tiempo del necesario como, retoque y recorte de imágenes, generación de versiones de un mismo diseño, entre otras. Es por esto mismo, que gracias a su amplio uso que se le puede dar, los diseñadores pueden dedicar a tareas con aspectos más creativos y conceptuales del proyecto.
Mejoras en la Personalización	La IA permite generar contenido visual adaptado a las preferencias y necesidades específicas de cada usuario, lo que permite mantener un enfoque más actualizado a la hora de diseñar.
Asistencia Creativa Constante	Aporta valor creativo al sugerir recursos visuales que inspiran al diseñador y amplían su exploración conceptual.

Tabla 2. Elaboración propia con base en ventajas del uso de la inteligencia artificial en el diseño gráfico (Bustos, 2025).

En la Tabla 2 podemos observar las principales ventajas de la IA en el diseño gráfico, entre las que destacan el ahorro de tiempo, la personalización de contenidos y la asistencia creativa constante (Bustos, 2025). Estas aportaciones muestran que la IA no se limita a funciones mecánicas, sino que amplía la capacidad de innovación del diseñador. Por ejemplo, el ahorro de tiempo en tareas repetitivas permite destinar más recursos a la conceptualización, la personalización facilita la adaptación de mensajes visuales a públicos específicos, algo altamente valorado en entornos digitales, y la asistencia creativa abre nuevas posibilidades de exploración conceptual, al sugerir recursos y variaciones que enriquecen el proceso de diseño. De este modo, la tabla no solo enumera ventajas, sino que evidencia la manera en que la IA se convierte en un recurso estratégico dentro de la práctica profesional.

Metodología de la investigación

Con el propósito de profundizar en las distintas perspectivas que existen respecto al uso de la inteligencia artificial en el diseño gráfico, se desarrolló una investigación con enfoque cualitativo con apoyo cuantitativo.

Se aplicó una encuesta a 65 personas relacionadas con el campo del diseño gráfico, entre ellas estudiantes, profesionales de carreras afines y diseñadores titulados. Esta actividad permitió recopilar opiniones acerca del tema, enfocándose en la experiencia, nivel de uso y valoración de las herramientas basadas en inteligencia artificial.

La investigación se realizó mediante una encuesta estructurada con preguntas cerradas y de opción múltiple, orientada a indagar sobre el nivel de conocimiento de la IA, las percepciones en torno a su uso, las expectativas sobre su futuro en el diseño gráfico y la forma en que estas herramientas son incorporadas en la práctica académica o profesional. Posteriormente, las respuestas obtenidas a través de la distribución digital de la encuesta fueron recopiladas y analizadas para calcular porcentajes, los cuales se representaron en tablas y gráficas, ofreciendo una visión clara de las opiniones existentes sobre el uso de la inteligencia artificial.

Los resultados cuantitativos se complementaron con un análisis cualitativo de conocimientos y percepciones, lo que permitió interpretar no solo los datos numéricos, sino también las implicaciones que estos reflejan respecto a la integración de la IA en la práctica del diseño gráfico.

Percepciones sobre la IA en el diseño gráfico

Los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada ofrecen una visión amplia sobre el papel de la inteligencia artificial en el diseño gráfico. A través de las distintas preguntas se pudo identificar tanto el nivel de conocimiento como la frecuencia de uso, los beneficios percibidos y las preocupaciones en torno a esta tecnología, todo ello representado visualmente en gráficas y tablas.

La primera pregunta se centró en identificar el grupo de pertenencia de los encuestados, con el propósito de reconocer su nivel de vinculación con la profesión. Como se observa en la Figura 1, el grupo estuvo conformado principalmente por estudiantes y profesionales del diseño gráfico, acompañados por un grupo menor de egresados de carreras afines y entusiastas creativos.

Este dato otorga relevancia al estudio, ya que asegura que las percepciones recabadas provienen de actores directamente relacionados con la disciplina, combinando perspectivas tanto formativas como profesionales. Además, esta diversidad en el perfil de los encuestados permite comprender cómo la inteligencia artificial es percibida desde diferentes trayectorias, mientras los estudiantes representan la visión de quienes se están formando en un contexto tecnológico en constante cambio, los profesionales aportan la perspectiva de quienes ya enfrentan los retos y oportunidades de la IA en el ejercicio laboral cotidiano.

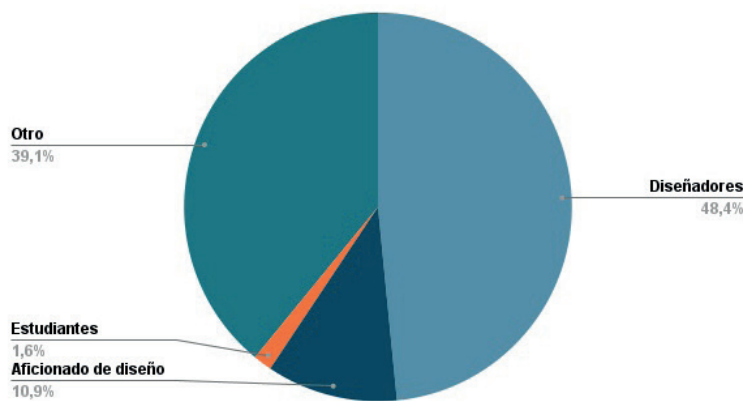


Figura 1. Total de encuestados sobre la percepción del uso de la inteligencia artificial en el diseño gráfico, dividido según su relación con el área. Fuente: elaboración propia

La segunda pregunta estuvo dirigida a conocer si los encuestados estaban familiarizados con la inteligencia artificial. Tal como se aprecia en la Figura 2, los resultados se dividieron en tres grupos: quienes afirmaron conocerla, quienes indicaron no tener conocimiento y quienes señalaron haber escuchado sobre el tema. Aunque la suma de estas tres categorías refleja distintos grados de familiaridad, es importante destacar que el porcentaje mayor corresponde a quienes respondieron “sí”, lo cual confirma que la IA ya ocupa un lugar significativo en el desarrollo de los diseñadores.

Este hallazgo muestra que la inteligencia artificial no es ajena a la disciplina, sino que ya se reconoce como un recurso, aunque todavía no todos cuentan con un conocimiento sólido o profundo. La presencia de un sector que únicamente ha escuchado sobre ella y otro que la desconoce por completo revela que aún persisten brechas de información. Sin embargo,

el predominio del “sí” permite afirmar que el tema ha alcanzado suficiente visibilidad como para estar en la agenda académica y profesional del diseño gráfico.

¿Conoces qué es la inteligencia artificial? Desde la perspectiva teórica, este resultado coincide con lo planteado en la fundamentación, la IA se encuentra en una fase de difusión que, aunque no completa, ya es lo bastante amplia como para considerarla parte de la práctica y reflexión del campo.

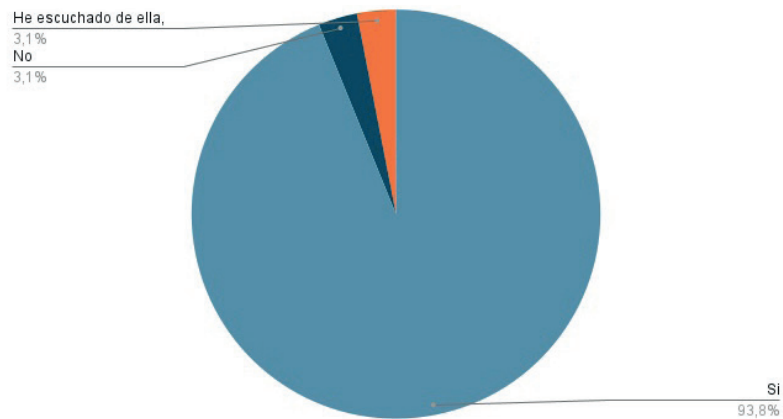


Figura 2. Total de encuestados en relación con su familiarización con la inteligencia artificial. Fuente: elaboración propia

Para la implementación de esta investigación también fue relevante conocer si los encuestados han utilizado herramientas de inteligencia artificial en el desarrollo de su profesión. Tal como refleja la Figura 3, la mayoría señaló que sí ha hecho uso de la IA en sus procesos creativos, mientras que un sector menor indicó que aún no la ha incorporado. Este dato confirma que la inteligencia artificial ya no es solo un tema de interés teórico, sino que forma parte de la práctica real de muchos diseñadores.

El resultado es significativo porque muestra una apertura creciente hacia la experimentación con la IA como recurso creativo. Quienes ya la han utilizado representan a un grupo pionero que explora nuevas posibilidades en tareas como la generación de propuestas visuales, la automatización de procesos y la optimización de tiempos. En contraste, quienes todavía no la emplean revelan que persisten barreras relacionadas con el desconocimiento, la falta de capacitación o la percepción de que estas herramientas aún no son imprescindibles dentro del flujo de trabajo.

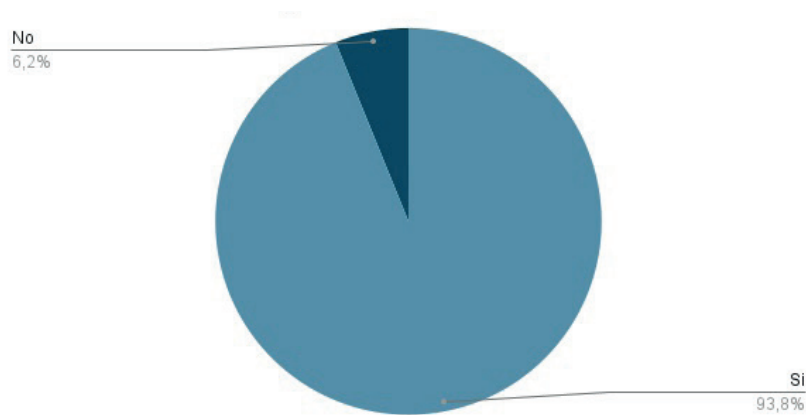


Figura 3. Resultados del total de encuestados sobre su uso de la IA como herramienta en su proceso creativo.

Fuente: elaboración propia

La inteligencia artificial se ha consolidado como una herramienta cada vez más utilizada entre profesionales y estudiantes de diseño gráfico. El beneficio que aporta depende en gran medida del nivel de conocimiento y manejo que cada diseñador tenga sobre estas tecnologías. Este aspecto se refleja en la Figura 4, que muestra el nivel de utilidad que los encuestados atribuyen a la IA en su trabajo. Para ello, se utilizó una escala del 1 al 5, donde 1 representaba una percepción baja y 5 una percepción alta respecto a la capacidad de la IA para facilitar la labor del diseñador.

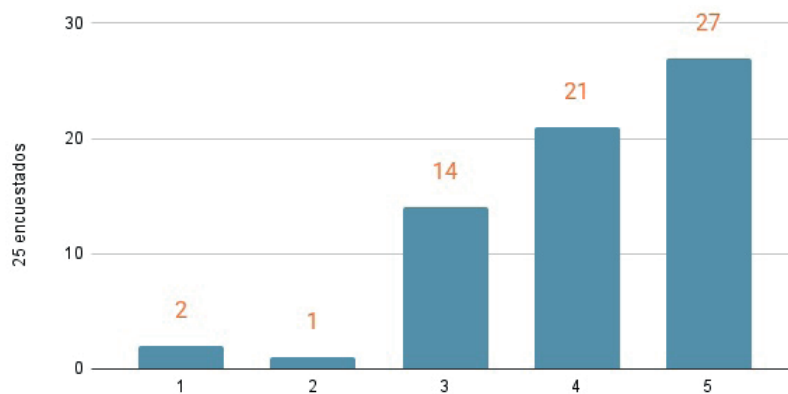


Figura 4. Percepción de los encuestados sobre la inteligencia artificial como herramienta de apoyo para el diseñador gráfico. Fuente: elaboración propia

Los resultados evidencian una clara inclinación hacia los valores más altos de la escala, lo que indica que una parte importante de los participantes reconoce a la inteligencia artificial como un recurso que contribuye significativamente a optimizar su labor. El predominio de percepciones positivas sugiere que, más allá de un uso ocasional, muchos diseñadores han comenzado a integrar la IA de forma constante en su flujo de trabajo. Esto refleja no solo una adaptación técnica, sino también una apertura al cambio y una visión renovada de la práctica profesional.

Aun así, también se identificaron opiniones contrarias que permiten matizar el análisis, lo que muestra que todavía existen reservas sobre la magnitud real de esa aportación. En conjunto, este resultado sugiere que la percepción mayoritaria reconoce a la inteligencia artificial como un recurso útil y con potencial para hacer más eficiente la práctica del diseño gráfico, aunque no se deja de lado que una minoría mantiene dudas sobre su verdadero impacto.

También se realizó una pregunta orientada a identificar en qué tipo de actividades del diseño gráfico se considera que su uso puede ser más efectivo. Las respuestas mostraron una tendencia clara, los resultados presentados en la Figura 5 muestran que la automatización de tareas repetitivas fue la opción más señalada por los encuestados. Este aspecto hace referencia a la capacidad de la IA para ejecutar procesos mecánicos y rutinarios, lo que permite a los diseñadores liberar tiempo y concentrarse en actividades de mayor valor creativo.

En segundo lugar se ubicó la generación de imágenes e ideas visuales, entendida como la posibilidad de obtener propuestas iniciales, lo que constituye un apoyo relevante en la fase de ideación y exploración creativa. Posteriormente apareció la mejora de la productividad, asociada a la eficiencia en la entrega de proyectos y al ahorro de tiempo en la ejecución de tareas, aunque con un nivel de menciones menor en comparación con las dos primeras categorías. Finalmente, la opción otros recibió una proporción reducida de respuestas, en las que se agrupan usos más específicos como la personalización de contenidos o la experimentación con estilos gráficos particulares.

Este resultado permite observar que la percepción sobre la utilidad de la IA se centra principalmente en su capacidad de agilizar tareas técnicas y operativas, seguida de su aporte en la creación de propuestas visuales. De este modo, se confirma que los diseñadores tienden a valorar a la inteligencia artificial como una herramienta de apoyo estratégico, que contribuye a optimizar tiempos y enriquecer procesos, sin reemplazar el rol esencial de la creatividad humana.

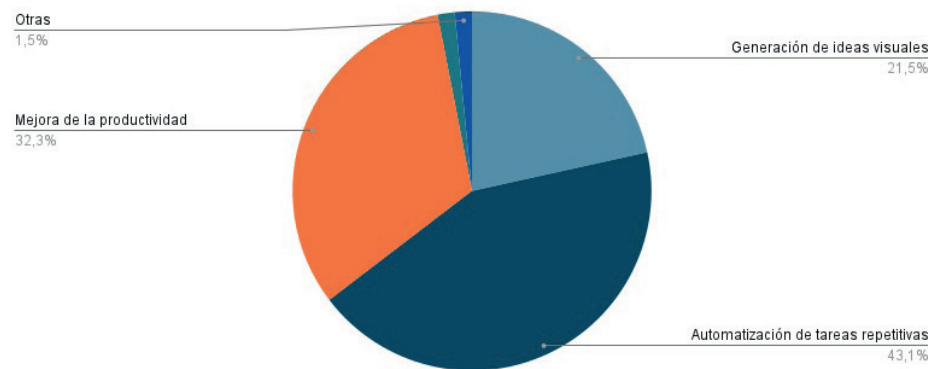


Figura 5. Resultados sobre el uso de la inteligencia artificial y las tareas en las que se considera más útil dentro del diseño gráfico. Fuente: elaboración propia

En la Figura 6 se aprecia que la mayoría de los encuestados no percibe a la inteligencia artificial como un riesgo para el trabajo del diseñador gráfico. Este predominio de respuestas negativas muestra que la IA se entiende más como una herramienta de apoyo que como una amenaza de sustitución.

El resultado es relevante porque refleja la confianza que mantienen los participantes en las capacidades humanas que definen la profesión, como la creatividad, el criterio estético y la comprensión de las necesidades de los clientes. Estos aspectos siguen siendo considerados irremplazables, aun cuando ciertas tareas puedan automatizarse mediante el uso de nuevas tecnologías.

Sin embargo, el análisis también revela la existencia de un sector minoritario que sí expresa inquietud sobre el papel que la IA puede desempeñar en el futuro del diseño gráfico. Estas reservas ponen de manifiesto que aún existe cautela respecto al impacto de la automatización y al posible desplazamiento de funciones específicas.

¿Consideras que el uso de la IA pone en riesgo el trabajo de los diseñadores? En conjunto, los resultados confirman lo señalado en la fundamentación teórica: la IA no sustituye al diseñador, sino que se incorpora como un recurso que optimiza procesos y amplía las posibilidades de creación, siempre que se integre de manera crítica y consciente.

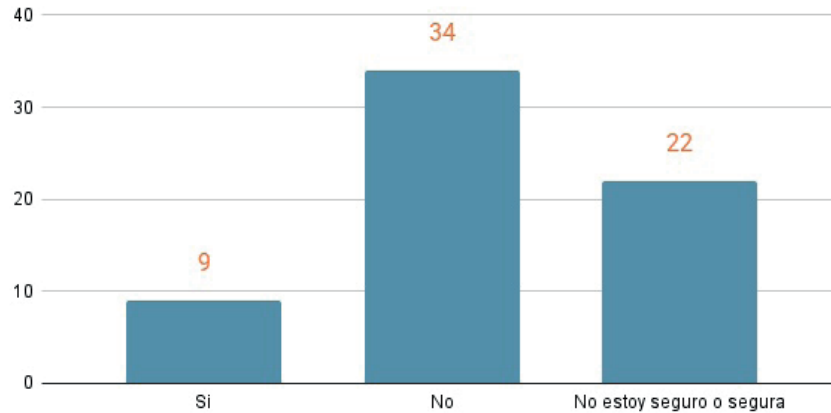


Figura 6. Resultados sobre la percepción que se tiene ante la IA como una herramienta de trabajo en el diseño gráfico. Fuente: elaboración propia

Para finalizar la encuesta, se incluyó una pregunta clave con el objetivo de comprender de manera más completa cómo perciben los encuestados el papel de la inteligencia artificial en su trabajo, ya sea como profesionales, practicantes o estudiantes de diseño gráfico. La cuestión planteada fue: ¿Crees que la IA es una amenaza o una herramienta de apoyo?.

Los resultados, reflejados en la Figura 7, muestran una clara inclinación hacia la visión de la IA como una herramienta de apoyo. La mayoría de los participantes coincidió en señalar que estas tecnologías contribuyen a complementar la práctica del diseño, principalmente en tareas que optimizan tiempos, simplifican procesos y generan nuevas posibilidades creativas. Esta tendencia confirma que la inteligencia artificial, más que ser vista como un sustituto, es reconocida como un recurso que potencia la labor del diseñador.

No obstante, un grupo muy bajo la percibió como una amenaza, lo que evidencia que persisten reservas frente a la rápida incorporación de estas herramientas, asociadas al temor de un posible desplazamiento laboral, a la automatización excesiva de procesos o a la incertidumbre sobre el impacto que pueda tener en el futuro de la profesión.

Además de estas dos posiciones, un sector de encuestados señaló que la IA representa ambas cosas al mismo tiempo, una herramienta de apoyo valiosa, pero también como una amenaza en el desarrollo de su profesión. Esta visión intermedia aporta un matiz relevante, ya que refleja la ambivalencia con la que muchos profesionales viven la incorporación de la tecnología en sus procesos.

En conjunto, los resultados respaldan lo señalado en la fundamentación teórica, la inteligencia artificial se posiciona como un recurso complementario que amplía la capacidad de exploración y producción del diseñador, siempre que se integre de manera consciente, crítica y estratégica. Más que una amenaza, se reconoce como un aliado que, bien utilizado, fortalece la creatividad humana y abre nuevas oportunidades para la práctica profesional del diseño gráfico.

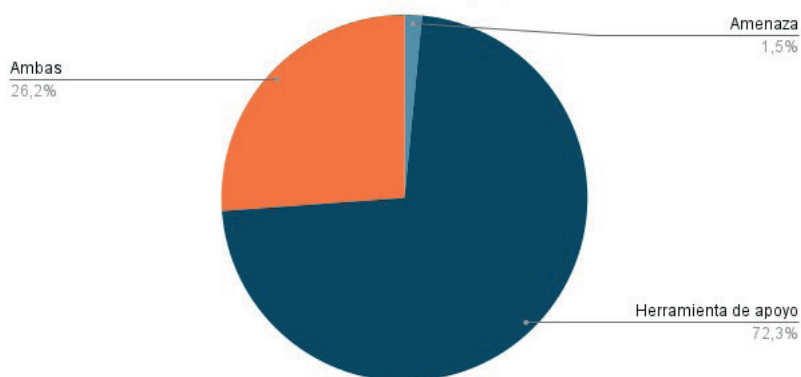


Figura 7. Resultados sobre la percepción que se tiene ante la IA como una posible amenaza o como una herramienta de apoyo en el diseño gráfico. Fuente: elaboración propia

Análisis general de la percepción de la IA en el diseño gráfico

Los resultados obtenidos en la encuesta permiten reconocer que la inteligencia artificial se encuentra en una fase de integración progresiva dentro del ámbito del diseño gráfico. La percepción predominante entre los encuestados es que estas herramientas representan un apoyo significativo más que una amenaza, lo que revela una actitud abierta hacia su incorporación en el flujo de trabajo creativo y profesional.

Ahora bien, también se identificó un sector que mantiene una postura más precavida, considerando que la IA puede tener una doble cara: por un lado, como un recurso que apoya y mejora el trabajo creativo; y, por otro, como una posible amenaza si su implementación llegara a sustituir funciones clave o a desvalorizar el aporte humano.

Esta dualidad en las respuestas indica tanto una conciencia crítica como una postura realista frente a los desafíos que implica la integración de la IA en el campo del diseño gráfico. Al mismo tiempo, resalta la necesidad de

que los diseñadores se mantengan actualizados y preparados para adaptarse a los cambios tecnológicos. Las funciones que ofrece la inteligencia artificial son amplias, y como se observó en los resultados, la mayoría de los encuestados lo reconoce. Existe una clara inclinación hacia el uso de la IA en actividades relacionadas con la automatización de tareas repetitivas.

Sin embargo, este concepto no se limita únicamente a la generación automática de imágenes, sino que también incluye procesos como la planeación de proyectos, la búsqueda de referencias visuales, el reforzamiento de ideas iniciales e incluso la elaboración de bocetos preliminares. Este aspecto demuestra que los diseñadores no solo utilizan la IA como un recurso ocasional, sino que la integran de manera estratégica en distintas fases del desarrollo creativo.

En conjunto, los hallazgos del estudio confirman que la inteligencia artificial es concebida principalmente como un recurso complementario y no sustitutivo. Su impacto más valorado se centra en la optimización de procesos y en la ampliación de las posibilidades creativas, mientras que las preocupaciones existentes ponen de manifiesto la necesidad de avanzar en procesos de formación, reflexión crítica y regulación ética.

De esta forma, se reafirma que el verdadero potencial de la IA en el diseño gráfico dependerá de cómo se integre en la práctica profesional: con conciencia, responsabilidad y un enfoque estratégico que mantenga la creatividad humana en el centro de la disciplina.

Finalmente, al retomar la pregunta central de esta investigación ¿la inteligencia artificial puede ser considerada una amenaza para el trabajo del diseñador gráfico? los resultados muestran que la mayoría de los encuestados no la percibe de esa manera. Por el contrario, muchos consideran que, al comprender su funcionamiento, integrarla correctamente y aprovechar sus capacidades, la IA puede convertirse en una aliada valiosa dentro de los procesos creativos y en una herramienta que potencia la evolución del diseño gráfico.

Conclusiones

La incorporación de la inteligencia artificial en el diseño gráfico ha generado tanto entusiasmo como incertidumbre. Por un lado, se le reconoce como una herramienta de apoyo capaz de optimizar procesos, automatizar tareas y ampliar las posibilidades creativas, por otro, también despierta inquietudes sobre su posible impacto en el rol del diseñador y en la valoración del trabajo humano.

Desde la fundamentación teórica, fue posible reconocer que el diseño gráfico se ha caracterizado históricamente por adaptarse a los avances tecnológicos, integrando nuevas herramientas que transforman, pero no sustituyen, el proceso creativo. La IA se suma a esta trayectoria como un recurso que redefine etapas como la investigación, la ideación y la ejecución, aportando agilidad en tareas rutinarias y mayor exploración en la generación de propuestas visuales, sin reemplazar la capacidad de conceptualización y el criterio estético que distinguen al profesional.

Los resultados de la encuesta confirmaron esta visión, la mayoría de los encuestados percibe a la IA como un complemento estratégico que fortalece el proceso creativo cuando se emplea de forma crítica y responsable. Incluso quienes expresaron reservas no descartan su uso, lo que revela que el verdadero desafío no está en la herramienta en sí, sino en la manera en que se decide integrar al flujo de trabajo.

Aunque la inteligencia artificial continúa en evolución, los hallazgos sugieren que no debe concebirse como una amenaza inminente, sino como un aliado con gran potencial para transformar la práctica profesional. El reto está en la actualización constante, la reflexión ética y el aprovechamiento consciente de estas tecnologías, de modo que la creatividad y el juicio humano sigan siendo el eje central de la disciplina.

Referencias

- Bluehost (2024). La IA en el diseño gráfico: beneficios y advertencias. <https://www.bluehost.es/blog/la-ia-en-el-diseno-grafico-beneficios-y-advertencias/>
- Brandemia (2023). Inteligencia artificial en el diseño gráfico: ¿Oportunidad o amenaza? <https://brandemia.org/herramientas-ia-diseno-grafico-amenaza-oportunidad>
- Busto, L. (2024). La inteligencia artificial en el diseño gráfico: el impacto. Deusto Formación. <https://www.deustoformacion.com/blog/diseno-y-produccion-audiovisual/inteligencia-artificial-diseno-grafico>
- Coderhouse. (2024). Canva Create 2024: Novedades en diseño. <https://www.coderhouse.com/co/coderlibrary/canva-create-2024-una-nueva-era-en-el-mundo-del-diseno>
- De la Fuente, V. (2023). La importancia del diseño gráfico en la actualidad. Indosmedia. <https://www.indosmedia.com/importancia-diseno-grafico-actualidad/>
- García, R., y Chen, Y. (2024). The application and impact of artificial intelligence technology in graphic design: A review. *Heliyon*, 10(5), e16068. <https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440%2824%2916068-9>
- Infowithart (2018). El futuro de la inteligencia artificial en el diseño gráfico. Infowithart. <https://infowithart.com/the-future-of-artificial-intelligence-in-graphic-design/>
- Lazo, J., Condori, M. y Abarca, R. (2024). Impacto de la inteligencia artificial en el diseño gráfico. *Revista de Investigación Científica*. <https://revistas.unsa.edu.pe/index.php/kutimuy/article/view/199>
- Maeda, J. (2018). Design in tech report 2018. DesignInTech. Report. https://designintech.report/wp-content/uploads/2019/01/dit2018as_pdf.pdf
- Mayab, L. A. (2020). Todo lo que necesitas saber sobre la evolución del diseño gráfico. Anáhuac. <https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/evolucion-del-diseno-grafico>
- Palma, S. (2024). Las 10 mejores herramientas para diseño gráfico con IA en 2025. CyberLink. <https://es.cyberlink.com/blog/mejor-software-foto-edicion/3315/diseno-grafico-con-ia>
- Rico Sesé, J. (2020). El diseñador gráfico en la era de la inteligencia artificial. *EME Experimental Illustration Art & Design*, 8(8), 66. <https://doi.org/10.4995/eme.2020.13210>
- Salinas Gutiérrez, I. (2024). La prospectiva del diseño gráfico en la era de la inteligencia artificial. *Zincografía*. <https://doi.org/10.32870/zcr.v9i17.249>
- Bustos, S. (2025). IA en diseño gráfico: Una nueva era para la creatividad. Brouo. <https://brouo.com/ia-diseno-grafico-una-nueva-era-para-la-creatividad>
- Tempone, D. (2022). ¿Qué es el proceso de diseño y cuáles son los diferentes pasos? *Domestika*. <https://www.domestika.org/es/blog/9704-que-es-el-proceso-de-diseno-y-cuales-son-los-diferentes-pasos>
- U-tad. (2024). Bauhaus y el diseño gráfico. <https://u-tad.com/bauhaus-y-diseno-grafico/>
- UNESCO. (s.f.). Inteligencia artificial. <https://es.unesco.org/artificial-intelligence>
- Universidad Europea Creative Campus. (2024a). La IA en el diseño gráfico. Creative Campus. <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/ia-diseno-grafico/>

Universidad Europea Creative Campus.
(2024b). Qué es el proceso creativo
y cuáles son sus etapas. Creative
Campus. <https://creativecampus.universidadeuropea.com/blog/fases-proceso-creativo/>

Villalonga, C. (2021). Klingemann: “Las
máquinas no podrán crear arte”.
INFOMAG Magazine. <https://infomag.es/2021/06/klingemann-las-maquinas-no-podran-crear-arte/>

York, A. (2025). Las 10 mejores herramientas
de IA para diseñadores de 2025.
ClickUp Blog. Recuperado de <https://clickup.com/es-ES/blog/74848/herramientas-ai-para-disenadores>



**Fátima Xiadani
Ramírez Jiménez**

Egresada de la Licenciatura en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, en la Escuela Superior de Actopan en 2024. Realizó prácticas en Zaga RP, donde después trabajó durante seis meses más. Posteriormente se integró al Instituto Estatal Electoral de Hidalgo (IEEH), colaborando en el proceso de la jornada electoral por un periodo de siete meses. Al concluir, trabajó en una pequeña imprenta, experiencia que le permitió fortalecer sus conocimientos en impresión y materiales gráficos.

Actualmente forma parte de Brouo, donde inició en el área de estrategia digital y más tarde pasó al área creativa, enfocándose en la creación de contenido, diseño y video. Estas experiencias le han permitido integrar creatividad y estrategia, desarrollando una visión más completa para el crecimiento de marcas y proyectos.