

Universidad Santo Tomás

Facultad de Diseño Gráfico

Opción de grado:

Monografía

Creatividad artificial y creatividad humana en la producción de elementos digitales para el  
diseño gráfico actual

Autor:

Andrés Felipe Sánchez Escobar

Directora

Jeice Dayanna Hernandez Contreras

Bogotá, 2025

## **Tabla de Contenido**

### **1. Introducción**

- 1.1. Contexto del tema
- 1.2. Relevancia del estudio
- 1.3. Enfoque del análisis

### **2. Justificación**

- 4.1. Pertinencia académica y disciplinar
- 4.2. Transformación conceptual y tecnológica del diseño gráfico
- 4.3. Importancia en el contexto colombiano

### **3. Planteamiento del problema**

- 5.1. Descripción general del fenómeno
- 5.2. Problema central de investigación

### **4. Objetivos**

- 6.1. Objetivo general
- 6.2. Objetivos específicos

### **5. Diseño metodológico**

- 7.1. Enfoque de investigación
- 7.2. Diseño documental
- 7.3. Criterios de análisis

### **6. Marco teórico**

- 8.1. Perspectiva conceptual: creatividad humana vs. creatividad artificial
- 8.2. Principales autores y enfoques teóricos (Günay, Hernández Cerna, López Pérez, etc.)
- 8.3. Implicaciones éticas y profesionales del uso de IA

### **7. Estado de la cuestión y discusión**

- 9.1. Hallazgos de la literatura internacional
- 9.2. Aportes de la literatura latinoamericana

- 9.3. Tensiones entre autores y perspectivas
- 9.4. Impacto y reflexiones en el contexto colombiano

## **8. Conclusión**

- 10.1. Principales hallazgos
- 10.2. Retos y oportunidades del diseño gráfico ante la IA
- 10.3. Reflexión final sobre la coexistencia creativa

## **9. Referencias bibliográficas**

## Introducción

En la última década, el avance acelerado de la inteligencia artificial (IA) ha transformado múltiples campos creativos, desde la ilustración hasta la producción audiovisual, modificando las dinámicas tradicionales de creación visual. Diversos estudios señalan que su incorporación en el diseño ha permitido automatizar procesos complejos y ampliar las posibilidades expresivas del diseñador contemporáneo (Park, 2024). En este sentido, el diseño gráfico se ha convertido en un terreno fértil para explorar la colaboración entre humano y máquina, donde los algoritmos son capaces de generar imágenes, tipografías o composiciones en cuestión de segundos (Bellaiche, Montero, & Schenk, 2023). Sin embargo, este panorama también ha abierto un debate sobre qué significa realmente ser creativo en una época donde la tecnología participa activamente en la producción estética (Mikalonytė & Kneer, 2021; Qadri, 2024), dando lugar a reflexiones sobre la relación entre creatividad humana y creatividad artificial en la creación de elementos digitales.

El diseño gráfico, al ser una disciplina en constante transformación, ha adoptado con rapidez las herramientas de inteligencia artificial, integrándolas en procesos de ideación, prototipado, color y composición. Esta incorporación ha generado un debate entre la eficiencia técnica y la sensibilidad creativa, pues si bien la IA permite agilizar tareas y ofrecer soluciones visuales inmediatas, también cuestiona el papel del diseñador como autor y creador de significado. Según Hernández Cerna (2025), esta tensión refleja un cambio profundo en la forma en que se concibe la creatividad dentro del campo, donde la tecnología deja de ser solo un medio y se convierte en un actor creativo más. De manera similar, Rico Sesé (2020) plantea que el reto actual no radica únicamente en aprender a usar nuevas herramientas, sino en mantener la intencionalidad comunicativa y el criterio estético que diferencian al diseño humano del generado por algoritmos. Así, el diseño gráfico no solo adopta la inteligencia artificial como recurso técnico, sino que enfrenta con ella un desafío ético y conceptual sobre la autoría y el sentido del acto creativo.

Este trabajo propone analizar la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial en el contexto del diseño gráfico contemporáneo, entendiendo que el interés no radica en la tecnología en sí misma, sino en cómo esta transforma la manera en que los diseñadores conciben, desarrollan y comunican sus ideas. En el panorama actual, los jóvenes diseñadores se enfrentan al reto de integrar herramientas basadas en inteligencia artificial sin perder el sentido expresivo y conceptual de su labor creativa. Por eso, más que debatir si la IA reemplaza o no la creatividad humana, este estudio busca comprender cómo ambas pueden coexistir, redefiniendo el papel del diseñador y el significado mismo de la creatividad dentro de la producción de elementos digitales (Qadri et al., 2024; Hernández Cerna, 2025).

Desde el campo del diseño gráfico, esta investigación se desarrolla desde la perspectiva del diseñador como agente creativo y comunicativo, más que desde enfoques técnicos como la ingeniería o la informática. Se busca comprender la experiencia del diseñador frente al uso de la inteligencia artificial, analizando su intencionalidad visual, la experimentación y la toma de decisiones estéticas. La inteligencia artificial se abordará no solo como un recurso técnico,

sino como una herramienta expresiva y conceptual que transforma las nociones de creación, autoría y criterio visual dentro del proceso de diseño.

En cuanto a la metodología, este trabajo se fundamenta en un enfoque cualitativo, orientado a la revisión y análisis documental de fuentes académicas que abordan la relación entre creatividad humana y creatividad artificial dentro del diseño gráfico. Se consultaron artículos científicos, tesis y estudios recientes, publicados entre 2020 y 2025, con el fin de identificar cómo la literatura actual interpreta esta interacción y qué implicaciones tiene en la práctica profesional del diseñador. A través de un análisis descriptivo, se busca comprender las principales posturas teóricas, tensiones y oportunidades que emergen en torno a la incorporación de la inteligencia artificial en la producción de elementos digitales.

El propósito de esta monografía es analizar la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial en el contexto del diseño gráfico contemporáneo, proponiendo una reflexión crítica sobre la coexistencia entre ambas formas de creación. El estudio se centra en el periodo 2020–2025, en el que las herramientas de inteligencia artificial han transformado significativamente la práctica profesional. Más que contraponer ambas perspectivas, se busca comprender cómo la tecnología puede integrarse al proceso creativo sin reemplazar la sensibilidad del diseñador. El documento se organiza en cinco secciones: introducción, justificación, planteamiento del problema, marco teórico y conclusiones, permitiendo abordar de manera estructurada los distintos aspectos de esta relación.

### **Justificación**

La relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial constituye hoy un campo de análisis esencial dentro del diseño gráfico contemporáneo. Esta disciplina, profundamente vinculada con la producción visual y digital, se encuentra en constante transformación debido al avance tecnológico. En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha pasado de ser una herramienta experimental a convertirse en un recurso accesible y cotidiano en diversos entornos creativos. Esta situación plantea nuevos interrogantes sobre la manera en que el diseñador gráfico interactúa con la IA y cómo esta reconfigura su papel dentro de los procesos de creación (Rico Sesé, 2020).

La pertinencia de esta investigación radica en que la incorporación de la inteligencia artificial en el diseño gráfico no implica únicamente un cambio técnico, sino también una transformación conceptual y metodológica. La capacidad de una máquina para generar imágenes, composiciones o elementos visuales en cuestión de segundos lleva a replantear los límites de la creatividad y a reflexionar sobre qué aspectos siguen siendo exclusivos de la mente humana y cuáles pueden ser potenciados o reinterpretados por sistemas artificiales (Santos Tapia, 2024). Más que contraponer ambas formas de creación, este trabajo busca comprender su coexistencia y el modo en que pueden complementarse dentro de la producción digital contemporánea.

Desde los intereses y objetivos disciplinares del diseño gráfico, resulta fundamental abrir espacios de reflexión frente a los cambios en la práctica profesional que surgen con la integración de la inteligencia artificial. Comprender las dinámicas entre creatividad humana y creatividad artificial permite fortalecer la formación crítica de los futuros diseñadores, quienes deberán enfrentarse a escenarios laborales transformados por la tecnología (Hernández Cerna, 2024). De esta manera, la investigación busca promover una mirada ética y consciente sobre el uso de la IA, fomentando profesionales capaces de tomar decisiones fundamentadas frente a las nuevas herramientas digitales que redefinen los procesos de diseño.

En el contexto colombiano, el tema adquiere una relevancia particular, ya que los procesos de adopción tecnológica conviven con una nueva generación de diseñadores que exploran el uso de la inteligencia artificial en sus prácticas creativas. Analizar este panorama dentro de la producción de elementos digitales permite entender no solo los retos que plantea la IA en el diseño gráfico, sino también las oportunidades de innovación, eficiencia y expresión visual que surgen para la disciplina. Este enfoque contribuye a reconocer la diversidad de realidades profesionales del diseño en Colombia, donde la tecnología y la creatividad humana se entrelazan cada vez más en los procesos de creación contemporánea.

En este sentido, este trabajo se enmarca dentro de una concepción de diseño humanista, característica de la Universidad Santo Tomás, donde el diseñador es entendido como un agente transformador de la realidad social y no solo como un productor de piezas visuales. Desde esta perspectiva, la reflexión sobre la creatividad humana y la “creatividad” artificial no se limita a un análisis técnico, sino que busca aportar a la formación crítica y ética del diseñador, promoviendo una práctica consciente frente a las tecnologías emergentes. Así, esta monografía contribuye a la línea de Diseño para la Transformación Social, al proponer una mirada que reconoce el papel del diseñador como mediador entre la innovación tecnológica y el bienestar colectivo, fomentando una integración responsable de la inteligencia artificial en los procesos creativos.

En síntesis, la justificación de este trabajo se fundamenta en la necesidad de analizar cómo el diseño gráfico actual se transforma ante la irrupción de la inteligencia artificial, resaltando la importancia de mantener un equilibrio entre el potencial tecnológico y el valor de la creatividad humana. Más que confrontar ambas perspectivas, esta investigación busca reflexionar sobre su coexistencia, entendiendo la IA como una herramienta de apoyo y experimentación visual, sin perder de vista el rol crítico, ético y creativo del diseñador.

## **Planteamiento del problema**

En los últimos años, la inteligencia artificial (IA) ha comenzado a integrarse de manera acelerada en distintos campos de la creación visual. Plataformas capaces de generar ilustraciones, logotipos, tipografías o composiciones en cuestión de segundos han despertado el interés de diseñadores, empresas y usuarios en general. Este fenómeno ha impactado directamente el ámbito del diseño gráfico, especialmente en la producción de elementos digitales, donde la inmediatez y la innovación se han convertido en exigencias constantes. Un estudio que recopiló la literatura del año 2023 evidenció que gran parte de las investigaciones se centran en describir cómo la IA se utiliza para automatizar tareas y acelerar procesos creativos, reflejando una tendencia global hacia la producción visual inmediata asistida por tecnología.

Aunque las máquinas son capaces de generar imágenes estéticamente atractivas, diversos estudios señalan que presentan limitaciones al intentar reproducir la intención comunicativa, la sensibilidad cultural y los matices emocionales que caracterizan la labor del diseñador. Por ejemplo, Qadri et al. (2023) advierten que los modelos generativos de inteligencia artificial tienden a reproducir estereotipos culturales y a representar las identidades desde una mirada externa, lo que demuestra una falta de comprensión del contexto simbólico y social de las imágenes. Estos elementos, propios del proceso creativo humano, no siempre están presentes en los productos generados automáticamente. Por ejemplo, (Hernández-Cuvides & Rolón-Rodríguez, 2024) exponen que la originalidad y la expresión personal del diseñador se ven afectadas por la automatización, lo que genera preocupación frente a la pérdida del carácter subjetivo y artístico del diseño.

En el contexto colombiano, esta problemática adquiere un sentido más específico y local. Como se menciona en (Hernández-Cuvides & Rolón-Rodríguez, 2024) evidencia que muchos diseñadores jóvenes utilizan la inteligencia artificial para agilizar sus procesos de creación visual y cumplir con las demandas del entorno digital. Sin embargo, al mismo tiempo manifiestan preocupaciones respecto a cómo esta incorporación tecnológica podría afectar su identidad profesional, la competencia laboral y el valor artístico de sus obras. Este panorama sugiere la existencia de una tensión creciente entre la necesidad de adaptarse a las nuevas herramientas y el deseo de preservar la autenticidad del proceso creativo humano.

Así, el problema central que se plantea no radica simplemente en determinar si la inteligencia artificial reemplazará al diseñador, sino en comprender la interacción entre la creatividad humana y la creatividad artificial dentro del campo del diseño gráfico contemporáneo. Este enfoque permite analizar no solo la dimensión tecnológica, sino también las implicaciones éticas, estéticas y profesionales que surgen de esta relación. Abordar este problema posibilita una reflexión crítica sobre las oportunidades, retos y transformaciones que la IA genera en la práctica del diseño, aportando una mirada contextualizada que busca equilibrar la eficiencia tecnológica con la expresión creativa y cultural del diseñador.

## **Objetivo general**

Analizar la relación entre creatividad artificial y creatividad humana en la producción de elementos digitales dentro del diseño gráfico actual, durante el periodo 2020-2025

## **Objetivos específicos**

1. Examinar cómo se ha definido y diferenciado el concepto de creatividad humana y creatividad artificial en la literatura reciente del diseño gráfico.
2. Analizar el papel de la inteligencia artificial en la producción de elementos digitales, explorando su incorporación en los flujos de trabajo de los diseñadores gráficos durante el período 2020-2025.
3. Identificar y evaluar los principales retos y oportunidades que surgen de la integración entre creatividad humana y creatividad artificial, considerando su impacto en la práctica profesional

## **Diseño metodológico**

Para el desarrollo de esta monografía se adoptará un enfoque cualitativo con un carácter descriptivo y analítico, ya que el propósito es comprender cómo se relacionan la creatividad humana y la creatividad artificial en la producción de elementos digitales dentro del diseño gráfico, sin buscar medir variables ni establecer datos estadísticos. Según Hernández Sampieri et al. (2022), la investigación cualitativa permite explorar fenómenos en profundidad, generando una comprensión más rica de los contextos en los que se desarrollan. Este tipo de enfoque resulta pertinente para analizar un tema que involucra percepciones, prácticas creativas y procesos en constante transformación.

El diseño de investigación será documental o bibliográfico, basado en la revisión sistemática de fuentes académicas como artículos, libros, tesis, estudios de caso y publicaciones especializadas que aborden la relación entre inteligencia artificial, creatividad y diseño gráfico. La selección de fuentes se centrará en publicaciones de los últimos cinco años (2020–2025), priorizando aquellas que se enfoquen en el contexto latinoamericano.

Los documentos recopilados serán clasificados según su enfoque principal —tecnológico, ético, expresivo o pedagógico— con el fin de identificar patrones conceptuales, tensiones teóricas y vacíos investigativos. Posteriormente, se realizará un análisis interpretativo y

comparativo que permita comprender cómo cada perspectiva aborda la relación entre creatividad humana y creatividad artificial.

Finalmente, la reflexión conclusiva buscará exponer las oportunidades y retos que enfrenta el diseño gráfico ante la integración de la inteligencia artificial, promoviendo una mirada crítica que no confronte, sino que comprenda y valore la posible coexistencia entre ambas formas de creatividad en los procesos de producción digital.

# DISEÑO METODOLOGICO



## Enfoque

Esta monografía adopta un enfoque cualitativo de carácter descriptivo y analítico, orientado a comprender la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial en el diseño gráfico contemporáneo.

## Fuentes

El estudio se basa en un diseño documental o bibliográfico, con la revisión de fuentes académicas publicadas entre 2020 y 2025, incluyendo artículos, tesis y estudios de caso sobre IA y creatividad en el contexto latinoamericano.



## Análisis

Las fuentes se clasifican por enfoque — tecnológico, ético, expresivo y pedagógico— para identificar patrones, tensiones y vacíos dentro de la literatura.

## Estado de la cuestión y discusión

Un artículo de Hernández Cerna (2025) menciona que la inteligencia artificial (IA) ya no se limita a automatizar tareas básicas del diseño gráfico, sino que empieza a participar en etapas más creativas del proceso, como la generación de prototipos visuales y variantes estéticas. Este avance plantea desafíos éticos y conceptuales sobre cuánto del trabajo creativo puede considerarse original cuando está mediado por algoritmos. Hernández Cerna resalta que, aunque la IA puede optimizar los procesos de diseño, sigue siendo fundamental la supervisión humana, la intención comunicativa y la sensibilidad cultural para que los resultados mantengan valor simbólico y contextual dentro del ámbito del diseño gráfico.

Un estudio de Altamirano, Condori Quispe y Abarca Rojas (2024) analiza el impacto y la aplicación de la inteligencia artificial en el ámbito del diseño gráfico, a partir del contenido disponible en YouTube sobre esta temática. Los autores identifican que la IA permite optimizar el trabajo creativo, agilizando la producción de piezas visuales y mejorando la eficiencia en los procesos. Sin embargo, también evidencian preocupaciones respecto a la originalidad y al toque personal del diseñador, ya que muchas propuestas generadas con estas herramientas tienden a parecerse entre sí, lo que podría generar una uniformidad estética en el campo del diseño contemporáneo.

Otro estudio relevante es el de Solano-Sánchez, Ching-Caraballo, Calderón-Graterón, Ramírez-Peñaranda y Cardozo (2024) este trabajo señala la tensión existente entre la eficiencia tecnológica y la expresión creativa, resaltando que la IA ha transformado la manera en que los diseñadores producen contenido digital. Los profesionales entrevistados reconocen que estas herramientas aceleran los procesos de diseño y amplían las posibilidades de experimentación visual, pero advierten que su uso excesivo podría diluir la identidad profesional del diseñador, especialmente cuando la tecnología comienza a dominar las etapas creativas. En este sentido, los autores destacan la importancia de mantener un equilibrio entre la automatización y la sensibilidad artística para preservar la autenticidad en la práctica del diseño gráfico.

La discusión sobre la creatividad humana y la creatividad artificial ha cobrado una relevancia particular en los últimos años, sobre todo en las disciplinas creativas. Hernández Cerna (2025) plantea que, más que entender la inteligencia artificial como un reemplazo de la creatividad humana, debe considerarse como una extensión de las capacidades del diseñador gráfico. Según el autor, *“el desafío actual no radica en competir con la IA, sino en aprender a dialogar con ella para expandir las posibilidades expresivas y conceptuales del diseño gráfico”*. Esta perspectiva propone una visión colaborativa, donde la creatividad se concibe como un proceso compartido entre humano y máquina. Aunque la IA aporta eficiencia y variedad formal, la intención comunicativa, la sensibilidad cultural y la interpretación emocional siguen siendo cualidades exclusivas del ser humano dentro del proceso creativo.

De manera similar, el estudio “Creatividad humana vs. creatividad artificial: estudio comparativo entre estudiantes universitarios y chatbots en la generación de ideas”

(Universidad de La Sabana, 2024) evidencia que las producciones generadas por inteligencia artificial alcanzan altos niveles de originalidad formal, pero carecen de coherencia narrativa y profundidad conceptual. En contraste, las ideas desarrolladas por humanos, aunque menos “novedosas” visualmente, reflejan contextos sociales, emociones y significados que los algoritmos aún no logran reproducir con la misma naturalidad. Este hallazgo sugiere que ambas formas de creatividad operan bajo lógicas distintas: la creatividad humana parte de la experiencia, la intención y la interpretación del entorno, mientras que la creatividad artificial se construye a partir de la combinación y el cálculo de datos preexistentes.

Desde una perspectiva analítica, puede entenderse que el papel de la inteligencia artificial dentro del diseño gráfico no consiste en reemplazar la creatividad humana, sino en redefinir su alcance y función. Como señalan Runco y Jaeger (2012), la creatividad se relaciona con la capacidad de producir algo nuevo y apropiado dentro de un contexto cultural; por lo tanto, incluso cuando las herramientas digitales generan soluciones innovadoras, es el diseñador quien otorga sentido, dirección y valor simbólico a esas propuestas. En este sentido, la llamada “creatividad artificial” puede entenderse como una manifestación derivada, dependiente de los datos y patrones humanos que la alimentan, más que como una creatividad autónoma capaz de construir significado por sí misma.

Este panorama sugiere que la reflexión sobre la creatividad en el diseño gráfico no debería centrarse en determinar quién crea “mejor”, sino en comprender cómo se construye la colaboración entre lo humano y lo artificial. Desde una mirada personal, puede afirmarse que ambas dimensiones de la creatividad pueden coexistir y complementarse, siempre que el diseñador mantenga una postura crítica frente a la tecnología. Comprender esta relación resulta esencial para el desarrollo del pensamiento visual contemporáneo, ya que redefine no solo las herramientas y los métodos de trabajo, sino también la identidad profesional y autoral del diseñador gráfico actual.

Siguiendo esta línea, Hernández Cerna (2024) reafirma que la creatividad humana conserva un papel central dentro del diseño gráfico, ya que las herramientas de inteligencia artificial carecen de la capacidad de interpretar emociones, contextos socioculturales y significados simbólicos. El autor explica que, aunque la IA puede replicar estilos visuales o generar composiciones estéticamente correctas, su proceso no involucra la intencionalidad comunicativa ni la empatía que caracterizan la creación humana. Desde esta perspectiva, la creatividad humana no solo produce imágenes, sino también mensajes cargados de sentido, lo que demuestra que la dimensión emocional y cultural del diseño sigue siendo un territorio esencialmente humano.

Por su parte, Günay (2024), en su artículo, plantea que la denominada “creatividad artificial” debe entenderse como una forma asistida o derivada de la creatividad humana, más que como una manifestación autónoma. Según su análisis, los modelos de IA funcionan a partir de grandes volúmenes de datos preexistentes, lo que implica que su “originalidad” está condicionada por las obras humanas que los alimentan. En consecuencia, Günay sostiene que la inteligencia artificial puede ampliar las posibilidades expresivas del diseño, pero difícilmente genera algo realmente inédito sin la mediación del criterio humano. Esta visión

refuerza la idea de que la creatividad humana continúa siendo el punto de partida ético y conceptual de la producción visual contemporánea.

Desde una mirada más regional, López Pérez y Pérez Crespo (2024) abordan la relación entre creatividad e inteligencia artificial desde el contexto latinoamericano, destacando que muchos diseñadores jóvenes perciben la IA como una herramienta de apoyo más que como un reemplazo de su creatividad. Su estudio evidencia que la integración de estas tecnologías ha impulsado nuevas formas de experimentación visual, aunque también ha generado preocupación por la uniformidad estética y la posible pérdida de identidad autoral. Esta reflexión resulta especialmente relevante en países como Colombia, donde el diseño gráfico atraviesa un proceso de consolidación cultural y tecnológica, y donde las influencias globales pueden diluir la diversidad creativa si no se asumen con una postura crítica y reflexiva por parte del diseñador.

Finalmente, el trabajo de Solano-Sánchez, Ching-Caraballo, Calderón-Graterón, Ramírez-Peñaranda y Cardozo (2024) refuerza la idea de que la creatividad humana y la creatividad artificial deben analizarse desde una perspectiva complementaria. Los autores sostienen que el verdadero desafío no consiste en determinar cuál de las dos es superior, sino en encontrar un equilibrio entre la eficiencia tecnológica que ofrece la IA y la expresividad emocional que caracteriza al diseñador humano. Además, resaltan que los avances tecnológicos pueden convertirse en una oportunidad para redefinir el papel del diseñador gráfico, siempre que se mantenga una mirada crítica, ética y reflexiva sobre el uso de estas herramientas digitales.

En conjunto, estas perspectivas permiten comprender que la creatividad artificial no elimina el valor de la creatividad humana, sino que la reconfigura. El desafío principal para el diseño gráfico contemporáneo consiste en encontrar nuevas formas de integración donde ambas capacidades puedan dialogar y coexistir, sin perder de vista la esencia comunicativa y la dimensión cultural que definen la disciplina. En este sentido, la colaboración entre diseñador y máquina debe entenderse como una oportunidad para ampliar el lenguaje visual y replantear los procesos creativos, más que como una amenaza a la autoría o a la identidad profesional.

A continuación, se presentan una serie de tablas que permiten comparar y analizar las perspectivas teóricas desde las que distintos autores abordan la relación entre creatividad humana e inteligencia artificial en el diseño gráfico. Estas se organizan según cuatro enfoques principales: tecnológico, ético, expresivo y pedagógico, con el propósito de identificar cómo se interpreta esta interacción, cuáles son los aportes conceptuales de cada línea de investigación y qué vacíos o limitaciones tienen.

| AUTOR                                                                                                     | RELACION I. HUMANA, I. ARTIFICIAL                                                                                                                                                                              | ANÁLISIS INTERPRETATIVO                                                                                                                                                  | VACIOS                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rodríguez, P. & Díaz, N. (2024) — <i>Estudios sobre la IA como herramienta del diseño gráfico</i>         | Presentan la IA como <b>herramienta técnica</b> que automatiza tareas y facilita la generación gráfica; la creatividad artificial se muestra como capacidad de <b>producir variantes formales</b> rápidamente. | Interpretan la IA como un recurso que amplía el “toolkit” del diseñador, útil para prototipado y exploración visual; subrayan la utilidad para acelerar iteraciones.     | Poca profundización en cómo se integran flujos reales de trabajo de estudios/agencias; escasa discusión sobre impacto cultural/local.                 |
| S. E. Fernández (2024) — <i>Inteligencia artificial en Illustrator. Percepción y...</i> (EPSIR)           | Estudia la percepción docente/estudiantil del uso de funciones IA en software (p. ej. asistentes de diseño en Illustrator); observa que la IA <b>optimiza tareas</b> de producción.                            | Aporta evidencia empírica (encuestas/estudios de aula) sobre cómo la IA modifica prácticas formativas y de producción; muestra adopción práctica en entornos educativos. | Enfoque centrado en enseñanza; limitada evaluación de efectos en productos profesionales y en la creatividad aplicada a proyectos reales de clientes. |
| (Kutimuy) UNSA — artículo: Impacto de la IA en el diseño gráfico (2024)                                   | Describe aplicaciones concretas (generación de imágenes, asistencia en maquetación) y vincula la IA con <b>mejora de productividad</b> en procesos creativos.                                                  | Ofrece un panorama aplicado sobre herramientas y casos de uso en diseño; útil para ver la dimensión técnica del fenómeno en contextos latinoamericanos.                  | Todo descriptivo: falta un marco analítico profundo sobre cómo la IA reconfigura la toma de decisiones creativas (autoria, criterio estético).        |
| A. Martínez (2023) — <i>Inteligencia artificial y su repercusión en los diseñadores</i> (UMECIT / Panamá) | Examina impactos laborales y técnicos: IA como <b>asistente que automatiza tareas rutinarias</b> , liberando tiempo para fase conceptual.                                                                      | Contribuye con datos sobre percepciones profesionales y señala la posibilidad de que la IA redistribuya roles (ejecución → curaduría/estrategia).                        | Necesita mayor vinculación con ejemplos de producción gráfica concreta y con estudios comparativos por región (p. ej. Colombia).                      |

A partir de los autores revisados, se identifica que la inteligencia artificial se concibe como una herramienta técnica que optimiza tareas y amplía las posibilidades creativas del diseño gráfico. Los estudios destacan su aporte a la productividad y la eficiencia, aunque persiste una limitada reflexión sobre sus implicaciones pedagógicas y contextuales en el ámbito profesional.

| AUTOR                                                                                                                                                                                  | RELACION I. HUMANA, I. ARTIFICIAL                                                                                                                                                                                  | ANÁLISIS INTERPRETATIVO                                                                                                                              | VACIOS                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sanjuán Buitrago, A. (2024). Creatividad en la era de la inteligencia artificial: de tareas repetitivas al flujo conceptual.                                                           | La IA libera al diseñador de tareas repetitivas permitiendo que se centre en el flujo conceptual; la creatividad artificial se convierte en generador de variantes formales que el humano selecciona y transforma. | Destaca que la IA amplía posibilidades expresivas del diseño, generando “más alternativas” para la exploración visual.                               | Menos atención a cómo los resultados expresivos se traducen en productos finales con identidad visual sólida; enfoque más teórico que empírico.           |
| Vallejo Bejarano, J. A. (2025). Entre lo sintético y lo genuino: hibridación de procesos creativos con IA en la formación de directores de arte.                                       | Explora cómo la creatividad humana y la IA se combinan (“hibridación”) en talleres de diseño; la IA aporta “lo sintético”, el humano aporta “lo genuino”.                                                          | Muestra evidencia en formación de diseño gráfico de que el diseñador retiene la dirección expresiva, mientras la IA facilita experimentación rápida. | Estudio centrado en formación académica, no tanto en la práctica profesional; alcance geográfico limitado (únicamente en la institución estudiada).       |
| Huarsaya Rodríguez, M. E. & Gutiérrez Aguilar, O. (2025). Aceptación del arte generado por la inteligencia artificial y percepción de la creatividad en estudiantes de artes visuales. | Analiza cómo los estudiantes perciben la creatividad artificial comparada con la humana; la IA genera arte formalmente atractivo, pero la creatividad humana es asociada con profundidad conceptual.               | Aporta datos empíricos que muestran divergencias en la percepción de creatividad entre humano e IA; la dimensión expresiva juega un papel clave.     | Foco en artes visuales en general, no específicamente en diseño gráfico; menos discusión sobre producción profesional o contextos nacionales específicos. |

A partir de los autores revisados, se identifica que la inteligencia artificial amplía las posibilidades expresivas del diseño gráfico al liberar al creador de tareas repetitivas y favorecer la experimentación formal. Los estudios destacan la combinación entre creatividad humana y artificial, aunque se evidencia una limitada aplicación en contextos profesionales reales.

| AUTOR                                                                                                                                              | RELACION I. HUMANA, I. ARTIFICIAL                                                                                  | ANÁLISIS INTERPRETATIVO                                                                                     | VACIOS                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Salinas Gutiérrez, I. (2023). La prospectiva del diseño gráfico en la era de la inteligencia artificial.                                           | Señala que la IA está automatizando tareas de diseño y plantea desafíos éticos y legales para el diseñador humano. | Explora cómo los diseñadores perciben la IA en términos de autoría, originalidad y dependencia tecnológica. | El estudio no profundiza en la aplicación práctica dentro del ejercicio profesional del diseñador gráfico, limitándose a una reflexión teórica sobre el impacto de la IA. |
| Hernández Cerna, L. M. (2025). El diseñador gráfico frente a la IA: usos, impactos, ética y el futuro de la creatividad.                           | Argumenta que la IA y la creatividad humana no son opuestas, pero que la ética del diseñador sigue siendo clave.   | Ofrece marco teórico y reflexivo sobre ética del diseño gráfico en la era de la IA.                         | Aún conceptual, con escasa evidencia empírica en producción de diseño específica.                                                                                         |
| Infante Plaza, A. & Vaca Paredes, D. (2025). Inteligencia artificial en el diseño gráfico, un enfoque desde las percepciones de los profesionales. | Explora cómo los diseñadores perciben la IA en términos de autoría, originalidad y dependencia tecnológica.        | Aporta datos sobre percepciones profesionales que refuerzan la dimensión ética del uso de IA.               | Estudio centrado en percepciones, no analiza profundamente los marcos normativos.                                                                                         |

En contraste con el eje anterior, este grupo de posturas evidencia que el enfoque ético del diseño gráfico frente a la inteligencia artificial se centra en la responsabilidad, la autoría y la dependencia tecnológica. Los estudios coinciden en que la IA plantea retos morales y legales para el diseñador, pero también reafirma la importancia del criterio humano en los procesos creativos.

| AUTOR                                                                                                                                                                                                           | RELACION I. HUMANA, I. ARTIFICIAL                                                                                                                                                                        | ANÁLISIS INTERPRETATIVO                                                                                                                                                                          | VACIOS                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| González García, A., Mote Hernández, S. R. & Guadarrama González, J. (2025). La integración de la inteligencia artificial en los procesos de enseñanza-aprendizaje del software especializado de Diseño Gráfico | Analizan cómo la IA se incorpora en plataformas de software de diseño gráfico para docencia; la creatividad humana sigue como guía, mientras la IA actúa como asistente técnico.                         | Señalan que la IA puede ampliar la oferta de prácticas y prototipos, facilitar el aprendizaje visual, pero que el rol del docente se transforma hacia facilitador de la comprensión.             | Se centra en el software y la enseñanza, sin indagar en cómo esa adopción impacta la creatividad profesional del diseñador gráfico fuera del aula.                           |
| Sánchez Borrero, G. R. (2025). Alfabetización en inteligencia artificial: redefiniendo el diseño gráfico en la era digital.                                                                                     | Plantea que los diseñadores deben desarrollar la competencia de “alfabetización en IA”; la creatividad humana colabora con la IA para redefinir procesos visuales.                                       | Propone un marco conceptual para formación académica en IA aplicada al diseño gráfico, indicando que la IA no reemplaza, sino transforma la práctica del diseñador.                              | Mayormente conceptual; no presenta estudios empíricos sobre implementación en programas de diseño gráfico específicos ni datos sobre resultados de aprendizaje.              |
| Infante Plaza, A. & Vaca Paredes, D. (2025). Inteligencia artificial en el diseño gráfico, un enfoque desde las percepciones de los profesionales.                                                              | Exploran las percepciones de profesionales (y por tanto también de formadores) acerca de la IA en el diseño gráfico, lo que implica cómo la creatividad humana se adapta ante la creatividad artificial. | Aportan datos cualitativos sobre la aceptación de la IA en contextos formativos y laborales; muestra que la formación continúa siendo clave para conservar la creatividad humana frente a la IA. | Estudio centrado en percepciones; no analiza directamente los currículos académicos, métodos pedagógicos específicos ni cómo se mide la competencia en IA en diseño gráfico. |

A partir de los autores revisados, se identifica que la inteligencia artificial se incorpora progresivamente en los procesos de enseñanza del diseño gráfico, principalmente como apoyo técnico y metodológico. Los estudios resaltan su potencial para enriquecer la formación y la alfabetización digital, aunque aún existe una limitada aplicación empírica en contextos educativos reales.

Desde una mirada más reflexiva, puede afirmarse que el papel de la inteligencia artificial (IA) en la producción de elementos digitales no debe entenderse únicamente como una amenaza o una ventaja, sino como una herramienta en constante evolución que exige adaptación por parte del diseñador gráfico. En este contexto, la incorporación de la IA en los flujos de trabajo creativo no sustituye el proceso de creación, sino que lo redefine, introduciendo nuevas dinámicas de experimentación, selección y dirección visual. Esta perspectiva coincide con lo que plantea Hernández Cerna (2025), quien sostiene que la IA no reemplaza al diseñador, sino que demanda un rol más estratégico y crítico, en el que la creatividad humana se fusiona con la creatividad artificial para generar resultados más eficientes e innovadores. De esta manera, la relación entre el diseñador y la IA se configura como un proceso de colaboración, donde la tecnología actúa como una extensión de las capacidades humanas, sin anularlas completamente.

En el contexto colombiano, esta dinámica de integración tecnológica también empieza a reflejarse en la forma en que los diseñadores gráficos incorporan herramientas de inteligencia artificial (IA) en sus procesos creativos. Según el estudio de Solano-Sánchez et al. (2024), muchos profesionales jóvenes utilizan la IA para optimizar la generación de bocetos, la exploración de paletas cromáticas o la composición visual, reconociendo su valor como apoyo en las fases iniciales del diseño, pero sin considerarla un sustituto de su papel conceptual. Este hallazgo coincide con lo expuesto por López Pérez y Pérez Crespo (2024), quienes señalan que la IA se ha convertido en un asistente de diseño capaz de ampliar las posibilidades visuales y agilizar tareas, aunque el criterio estético y comunicativo continúa dependiendo de la intervención humana.

En este punto, es fundamental reflexionar sobre cómo la incorporación de la inteligencia artificial en los procesos creativos está transformando la identidad profesional y la noción de originalidad dentro del diseño gráfico contemporáneo. Diversos autores coinciden en que la facilidad con la que las herramientas de IA generan imágenes y composiciones puede provocar una cierta homogeneización visual, en la que distintas propuestas terminan compartiendo una estética similar determinada por los algoritmos. En su estudio, Altamirano, Condori Quispe y Abarca Rojas (2024) destacan que esta situación ha generado preocupación entre diseñadores que sienten que se está perdiendo el “sello personal” o la autenticidad en los productos digitales. Sin embargo, los autores también reconocen que la IA no debe verse únicamente como una amenaza, sino como una oportunidad para expandir las posibilidades creativas, siempre que el diseñador conserve un rol activo en la dirección del proceso y no delegue completamente el control a la máquina.

De manera complementaria, Günay (2024) plantea que la originalidad en el diseño ya no debe entenderse únicamente como la creación absoluta de algo nuevo, sino como la capacidad de reinterpretar, seleccionar y combinar elementos generados tanto por humanos como por algoritmos, de forma significativa. En este sentido, el rol del diseñador adquiere una dimensión más curatorial y estratégica, donde su valor reside en la toma de decisiones visuales y conceptuales, más que en la ejecución técnica. Este enfoque propone un equilibrio entre la eficiencia tecnológica y la intencionalidad humana, reconociendo que la verdadera creatividad surge del diálogo entre ambas dimensiones, más que de la competencia entre ellas.

La integración entre la creatividad humana y la creatividad artificial ha generado un panorama complejo en el campo del diseño gráfico contemporáneo, donde convergen tanto retos como oportunidades. Desde una perspectiva equilibrada, se observa que la inteligencia artificial (IA) ha potenciado los procesos de innovación, al permitir una mayor rapidez en la producción de elementos digitales y al ofrecer herramientas que amplían el rango expresivo de los diseñadores. De acuerdo con la Universidad Autónoma del Caribe (2023), la IA representa una oportunidad para que los profesionales del diseño exploren nuevas tendencias visuales, optimicen sus flujos de trabajo y experimenten con tecnologías emergentes, contribuyendo así a la renovación constante de las prácticas creativas.

Sin embargo, este mismo avance tecnológico conlleva retos significativos relacionados con la capacitación continua y la necesidad de mantener una identidad creativa frente a sistemas automatizados. En esta línea, Unifranz (2024) advierte que los diseñadores deben desarrollar nuevas competencias técnicas y fortalecer su pensamiento crítico para mantener el control del proceso creativo, evitando depender totalmente de los resultados generados por los algoritmos. Asimismo, el medio *Economía y Desarrollo* (2025) plantea que, aunque la IA se ha convertido en la dupla perfecta de los creativos, existe el riesgo de que, sin una adecuada alfabetización tecnológica y visual, los resultados pierdan el sello personal característico del diseñador, delegando la autoría creativa a la herramienta digital.

En este sentido, puede afirmarse que el equilibrio entre automatización y expresión humana constituye el principal desafío actual para los diseñadores gráficos, quienes deben aprender a integrar la IA de forma estratégica y ética, aprovechando su potencial sin renunciar a la esencia emocional y conceptual que define el acto creativo.

## **Conclusión**

A lo largo de esta investigación se logró analizar la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial dentro del diseño gráfico actual, evidenciando cómo ambas dimensiones no deben entenderse como opuestas, sino como procesos complementarios. El estudio permitió reconocer que la inteligencia artificial (IA) ha transformado los flujos de trabajo y las dinámicas creativas, impulsando una nueva etapa en la producción de elementos digitales donde la eficiencia tecnológica y la sensibilidad humana coexisten. Este panorama demuestra

que el verdadero desafío para los diseñadores contemporáneos consiste en mantener el equilibrio entre la automatización y la expresión artística individual, evitando que la innovación tecnológica sustituya la intencionalidad estética y conceptual propia del ser humano.

A partir de la revisión teórica, se identificó que la creatividad humana continúa siendo entendida como un proceso emocional, intuitivo y simbólico, vinculado a la capacidad de generar significado a partir de la experiencia y la cultura. En contraste, la “creatividad artificial” se concibe como una simulación algorítmica basada en patrones preexistentes y aprendizaje automatizado. Autores como Günay (2024) y Hernández Cerna (2025) destacan que, aunque la IA logra producir resultados visualmente impactantes, su capacidad de innovación genuina aún depende de la intervención y dirección humana. Esta comparación permitió comprender que la creatividad en el diseño no se limita al resultado estético, sino que implica una intencionalidad comunicativa y una visión crítica, rasgos que la IA por sí sola no puede replicar.

En cuanto al impacto de la inteligencia artificial en la práctica profesional del diseño gráfico, se evidenció que esta tecnología ha transformado de manera profunda los procesos de producción digital. Herramientas como generadores de imágenes, asistentes de diseño y sistemas de automatización visual permiten optimizar tiempos y ampliar las posibilidades expresivas de los diseñadores. Sin embargo, esta misma facilidad tecnológica ha generado desafíos relacionados con la homogeneización estética, la pérdida de identidad autoral y la dependencia excesiva de los algoritmos. Los autores revisados coinciden en que el valor del diseñador no radica únicamente en dominar la herramienta, sino en mantener una dirección creativa consciente, que preserve la sensibilidad visual y el criterio comunicativo propios del campo del diseño.

La interacción entre creatividad humana y “creatividad artificial” plantea una serie de retos y oportunidades que redefinen el futuro del diseño gráfico. Entre los principales retos se encuentra la necesidad de fortalecer la formación académica y la alfabetización tecnológica, de modo que los diseñadores comprendan cómo funcionan los algoritmos y puedan utilizarlos de manera crítica y ética. Al mismo tiempo, surgen oportunidades valiosas, como la posibilidad de expandir el pensamiento visual, experimentar con nuevas estéticas digitales y promover una colaboración más estratégica entre el ser humano y la máquina. Este equilibrio permite que la IA no se perciba como una amenaza, sino como un recurso complementario que amplía las capacidades expresivas del diseñador contemporáneo.

En el contexto colombiano, la integración de la inteligencia artificial en el diseño gráfico refleja tanto un proceso de adaptación tecnológica como una búsqueda de identidad creativa frente a los cambios globales. Los diseñadores jóvenes han comenzado a incorporar herramientas de IA en sus flujos de trabajo, principalmente para optimizar tiempos y mejorar la productividad, pero también manifiestan preocupaciones sobre la posible pérdida de autoría y autenticidad visual. Esta dualidad evidencia que, aunque el país avanza en la adopción de tecnologías emergentes, aún existe la necesidad de fomentar una reflexión crítica

que permita equilibrar la eficiencia digital con la sensibilidad artística que caracteriza la práctica del diseño gráfico colombiano.

En conclusión, el análisis de la relación entre creatividad humana y “creatividad artificial” demuestra que el verdadero valor del diseño gráfico contemporáneo no reside en elegir entre una u otra, sino en la colaboración consciente entre ambas. La inteligencia artificial no reemplaza al diseñador, sino que amplía sus posibilidades expresivas y lo desafía a redefinir su rol dentro de la creación digital. Por tanto, el futuro del diseño gráfico dependerá de la capacidad de los profesionales para integrar la tecnología con criterio ético, sensibilidad estética y pensamiento crítico, consolidando así una práctica donde la innovación técnica y la expresión humana se mantengan en equilibrio y diálogo constante.

## Referencias

Altamirano, J. E. L., Lazo, M. Y. C., & Abarca Rojas, R. J. (2024). Impacto de la inteligencia artificial en el diseño gráfico. Revista Kutimuy.

<https://revistas.unsa.edu.pe/index.php/kutimuy/article/view/199>

Angelly Jusey Hernandez-Cuvides, & Rolón-Rodríguez, B. M. (2023). Impacto y usos de la Inteligencia Artificial en el Diseño Gráfico. Revista Convicciones, 10(20). Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/1378>

Bellaiche, L., Montero, C., & Schenk, E. (2023). Humans versus AI: Whether and why we prefer human-created compared to AI-created artwork. Cognitive Research: Principles and Implications, 8(1).

<https://link.springer.com/article/10.1186/s41235-023-00499-6>

Fernández, S. E. (2024). Inteligencia artificial en Illustrator. EPSIR.

<https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/670>

Hernández Cerna, L. M. (2025). El diseñador gráfico frente a la IA: usos, impactos, ética y el futuro de la creatividad. Paradigma Creativo.

<https://paradigmacreativo.uanl.mx/index.php/revista/article/view/66>

Huarsaya Rodríguez, M. E., & Gutiérrez Aguilar, O. (2025). Aceptación del arte generado por la inteligencia artificial y percepción de la creatividad en estudiantes de artes visuales.

<https://revistas.unsa.edu.pe/index.php/rae/article/view/112>

Infante Plaza, A., & Vaca Paredes, D. (2025). Inteligencia artificial en el diseño gráfico: un enfoque desde las percepciones de los profesionales.

<https://www.espirituemprendedortes.com/index.php/revista/article/view/452>

López Pérez, M. S., & Pérez Crespo, J. A. (2024). Impacto del uso de la Inteligencia Artificial en el diseño gráfico: un mapeo sistemático de literatura selectiva del año 2023. *Jóvenes en la Ciencia*, 26, 1–14.

<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/4230>

María Soledad López Pérez, & Pérez Crespo, J. A. (2024). Impacto del uso de la Inteligencia Artificial en el diseño gráfico, un mapeo sistemático de literatura selectiva del año 2023. *Jóvenes en la Ciencia*. Universidad de Guanajuato.

<https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/4230>

Martínez, A. (2023). Inteligencia artificial y su repercusión en los diseñadores gráficos. *UMECIT*.

<https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/sc/article/view/1295>

Mikalonytė, S., & Kneer, M. (2021). Can artificial intelligence make art? Folk intuitions as to whether AI-driven robots can be viewed as artists and produce art. *Cognitive Science*, 45(4), e12952.

<https://doi.org/10.1111/cogs.12952>

Park, J., Chung, J. J. Y., Choi, D. E., & Kim, J. (2024). CreativeConnect: Supporting reference recombination for graphic design ideation with generative AI. In *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–16).

<https://doi.org/10.1145/3613904.3642794>

Qadri, R., Mirowski, P., Gabriellan, A., et al. (2024). Dialogue with the Machine and Dialogue with the Art World: Evaluating Generative AI for Culturally-Situated Creativity. *arXiv*.

<https://arxiv.org/abs/2412.14077>

Rico Sesé, J. (2020). El diseñador gráfico en la era de la Inteligencia Artificial. *EME Experimental Illustration, Art & Design*.

<https://polipapers.upv.es/index.php/eme/article/view/13210/0>

Rodríguez, P., & Díaz, N. (2024). Estudios sobre la inteligencia artificial como herramienta del diseño gráfico: una investigación documental. *Artificio*.

<https://revistas.uaa.mx/index.php/artificio/article/view/4772>

Salinas Gutiérrez, I. (2023). La prospectiva del diseño gráfico en la era de la inteligencia artificial.

<https://www.zincografia.cuaad.udg.mx/index.php/ZC/article/view/249>

Santos Tapia, F. D. (2024). El diseño gráfico automatizado: un análisis crítico detrás de la inteligencia artificial. *Eídos*.

<https://revistas.ute.edu.ec/index.php/eidos/article/view/1377>

Sanjuán Buitrago, A. (2024). Creatividad en la era de la inteligencia artificial: de tareas repetitivas al flujo conceptual.

<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/12723>

Solano-Sánchez, A. S., Ching-Caraballo, E. A., Calderón-Graterón, J. D., Ramírez-Peñaranda, C. F., & Cardozo, D. (2024). El impacto creciente de la inteligencia artificial (IA) en el campo del diseño gráfico. Revista Convicciones.

<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/1381>

Unifranz. (2023, octubre 18). La IA y los generadores de imágenes plantean nuevos retos a los diseñadores gráficos.

<https://unifranz.edu.bo/blog/la-ia-y-los-generadores-de-imagenes-plantean-nuevos-retos-a-los-disenadores-graficos/>

Unifranz. (2025, febrero 12). Diseño gráfico e inteligencia artificial: la nueva era creativa.

<https://unifranz.edu.bo/blog/disenio-grafico-e-inteligencia-artificial-la-nueva-era-creativa/>

Universidad Autónoma del Caribe. (2023, mayo 9). Creatividad e innovación: el papel de la inteligencia artificial en el diseño moderno.

<https://www.uac.edu.co/creatividad-e-innovacion-el-papel-de-la-inteligencia-artificial-en-el-diseno-moderno/>

Urán Jaramillo, S. (2025). El impacto de la IA en el campo de acción de los diseñadores gráficos de la ciudad de Medellín (Tesis de pregrado). Institución Universitaria Pascual Bravo.

<https://repositorio.pascualbravo.edu.co/items/48df2cbd-8598-42e6-aba0-b1f2db2e3dab>

Vallejo Bejarano, J. A. (2025). Entre lo sintético y lo genuino: hibridación de procesos creativos con IA en la formación de directores de arte.

<https://revistas.uan.edu.co/index.php/nodo/article/view/2173>