

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

Autor

Andrés Felipe Sánchez Escobar

Resumen

La monografía analiza la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial en el diseño gráfico contemporáneo, en el contexto del auge de la inteligencia artificial (2020–2025). A través de un enfoque cualitativo y documental, se revisaron estudios recientes sobre las implicaciones éticas, estéticas y profesionales del uso de la IA en el diseño. Los resultados evidencian que, aunque la IA optimiza procesos y amplía las posibilidades expresivas, no reproduce la sensibilidad cultural ni la intencionalidad comunicativa propias del ser humano. Se concluye que ambas formas de creatividad son complementarias: la IA funciona como herramienta de apoyo, mientras que el diseñador mantiene un rol crítico y ético. En Colombia, esta integración plantea tanto un desafío formativo como una oportunidad para fortalecer la identidad profesional del diseñador frente a los cambios tecnológicos globales.

Palabras clave

Creatividad humana, creatividad artificial, inteligencia artificial, diseño gráfico, producción digital.

Abstract

This monograph analyzes the relationship between human and artificial creativity in contemporary graphic design amid the rise of artificial intelligence (2020–2025). Through a qualitative and documentary approach, it reviews recent research on the ethical, aesthetic, and professional implications of AI in design. Results show that although AI enhances efficiency and expands creative possibilities, it lacks the cultural sensitivity and communicative intent that define human creativity. The study concludes that both forms of creativity are complementary: AI acts as a tool for exploration, while designers retain a critical and ethical role. In Colombia, this integration represents both a challenge and an opportunity to strengthen the professional identity of graphic designers in a rapidly evolving technological landscape.

Keywords

Human creativity, artificial creativity, artificial intelligence, graphic design, digital production.

Introducción

El avance acelerado de la inteligencia artificial (IA) ha transformado el diseño gráfico, modificando la manera en que los diseñadores conciben y desarrollan sus ideas visuales. Esta transformación plantea como problema central comprender cómo interactúan la creatividad humana y la creatividad artificial en la producción de elementos digitales, y cómo esta relación redefine el papel del diseñador contemporáneo.

La investigación reflexiona sobre el impacto ético, estético y profesional de la IA en el diseño gráfico, con el objetivo de analizar la relación entre ambas formas de creatividad durante el periodo 2020–2025, identificando los principales retos y oportunidades. Con un enfoque cualitativo y un diseño documental, se revisaron fuentes académicas recientes sobre creatividad e inteligencia artificial aplicadas al diseño.

Los resultados muestran que la IA amplía las posibilidades expresivas y optimiza los procesos, pero no reproduce la sensibilidad cultural ni la intencionalidad comunicativa propias de la creatividad humana. Se concluye que ambas deben entenderse como complementarias: la IA funciona como herramienta de apoyo y expansión, mientras el diseñador mantiene un rol crítico, ético y conceptual dentro del proceso creativo.

Estado del arte

El estudio sobre la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial en el diseño gráfico ha adquirido gran relevancia debido al impacto de la inteligencia artificial (IA) en los procesos creativos. La literatura reciente (2020–2025) muestra que la IA ha dejado de ser una herramienta técnica para convertirse en un agente activo en la creación visual, generando debates sobre autoría, originalidad e identidad profesional.

Hernández Cerna (2025) señala que la IA interviene incluso en fases conceptuales del diseño, mientras que Altamirano, Condori Quispe y Abarca Rojas (2024) advierten una tendencia a la uniformidad estética. Asimismo, Solano-Sánchez et al. (2024) destacan que el uso masivo de herramientas generativas puede afectar la identidad autoral del diseñador si no se acompaña de reflexión ética.

Günay (2024) y Qadri et al. (2024) coinciden en que la llamada “creatividad artificial” depende de la creatividad humana, ya que los algoritmos operan con datos preexistentes y carecen de sensibilidad cultural o profundidad simbólica. En contraste, la Universidad de La Sabana (2024) evidencia que la IA puede lograr originalidad formal, aunque sin coherencia narrativa.

Desde América Latina, López Pérez y Pérez Crespo (2024) y Urán Jaramillo (2025) subrayan que los diseñadores jóvenes ven la IA como una herramienta complementaria, útil para la experimentación, pero con riesgos de homogeneizar la estética local. En Colombia, esta integración se encuentra en una etapa de adaptación, que busca equilibrar la innovación tecnológica con la sensibilidad cultural del diseño gráfico.

En conjunto, el estado del arte concluye que la discusión no gira en torno a si la IA reemplazará al diseñador, sino a cómo ambas formas de creatividad pueden coexistir. El desafío consiste en equilibrar la automatización tecnológica con la expresión simbólica, manteniendo al diseñador como mediador ético y conceptual entre la máquina y la cultura visual contemporánea.

Objetivo general:

Analizar la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial 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 del diseño gráfico.

Metodología.

La investigación se desarrolló con un **enfoque cualitativo** y un **diseño documental o bibliográfico**, orientado a comprender la relación entre la creatividad humana y la creatividad artificial en la producción de elementos digitales dentro del diseño gráfico contemporáneo. Este enfoque permitió analizar el tema desde una perspectiva interpretativa, centrada en los discursos, teorías y reflexiones éticas presentes en la literatura reciente.

La información se recopiló mediante una **revisión sistemática de fuentes académicas** — artículos, tesis, libros y publicaciones especializadas— publicadas entre **2020 y 2025**, tanto a nivel internacional como latinoamericano. La selección se basó en criterios de pertinencia temática, actualidad, validez y relevancia para el campo del diseño gráfico.

Las fuentes se clasificaron por enfoque (tecnológico, ético, expresivo o pedagógico) para identificar patrones conceptuales, tensiones teóricas y vacíos investigativos. A partir de ello, se realizó un **análisis comparativo e interpretativo** que permitió comprender las distintas posturas sobre la incorporación de la inteligencia artificial en los procesos creativos.

Finalmente, la metodología propició una reflexión crítica sobre las **implicaciones éticas, estéticas y profesionales** del uso de la IA, entendiendo la creatividad humana y la artificial como dimensiones complementarias dentro del diseño gráfico actual.

Resultados

El análisis documental evidenció que la inteligencia artificial (IA) ha transformado de manera profunda los procesos del diseño gráfico, generando oportunidades y tensiones en la práctica creativa. Las herramientas generativas han optimizado tiempos, ampliado las posibilidades expresivas y fomentado nuevas estéticas digitales; sin embargo, también se observan riesgos como la homogeneización visual, la pérdida de autoría y la dependencia tecnológica.

La literatura coincide en que la **creatividad humana** mantiene un papel central al aportar sensibilidad cultural, intención comunicativa y criterio estético, mientras que la **creatividad artificial** se concibe como una forma asistida que depende de datos y patrones humanos. Autores como Günay (2024) y Hernández Cerna (2025) afirman que la IA no sustituye al diseñador, sino que amplía su campo de acción y exige una postura crítica y ética frente a la tecnología.

A nivel regional, se identificó que en América Latina —y especialmente en Colombia— los diseñadores jóvenes emplean la IA como apoyo complementario, reflejando una etapa de adaptación tecnológica en la que la innovación convive con la necesidad de preservar la identidad autoral y la diversidad estética.

En síntesis, los resultados demuestran que la relación entre creatividad humana y creatividad artificial es **colaborativa y complementaria**. La verdadera innovación en el diseño gráfico surge

de la integración consciente de ambas dimensiones, donde el diseñador actúa como mediador ético, conceptual y comunicativo entre la tecnología y la cultura visual contemporánea.

Referencias Bibliográficas

- Altamirano, J. E. L., Condori Quispe, M. Y., & 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>
- 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://arxiv.org/abs/2412.14077>
- Günay, H. (2024). *Artificial creativity and the human factor: Understanding design originality in the age of AI*. *Design and Culture Journal*.
- 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>
- Hernández-Cuvides, A. J., & 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>
- 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>
- 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*. *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–16.
<https://doi.org/10.1145/3613904.3642794>
- Qadri, R., Mirowski, P., Gabriellán, A., et al. (2024). *Dialogue with the Machine and Dialogue with the Art World: Evaluating Generative AI for Culturally-Situated Creativity*. *arXiv preprint*.
<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>

- 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>
- 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. Fundación Educativa Superior Comfanorte.
<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-abao-b1f2db2e3dab>