

# LA PERSPECTIVA DEL DISEÑO GRÁFICO ANTE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

## *The perspective of Graphic Design in the face of Artificial Intelligence*

Kerly Marianela Villavicencio Alvarado, MSc.  
Instituto Tecnológico Universitario de Formación  
<https://orcid.org/0000-0003-4755-9306>  
[kerly.villavicencio@formacion.edu.ec](mailto:kerly.villavicencio@formacion.edu.ec)

**Palabras claves:** inteligencia artificial, diseño gráfico, imágenes, videos, comunicación visual . **Recibido:** 03 de octubre de 2023

**Keywords:** artificial intelligence, graphic design, images, videos, visual communication . **Aceptado:** 23 de diciembre de 2023

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación se basa en el interés por medio de los profesionales en el Diseño Gráfico y el giro que está dando a raíz de la aparición de la Inteligencia Artificial como herramienta que cambia la perspectiva del diseñador, el mundo es cambiante y adaptarse a esta gran transformación requiere de aprendizaje y adaptación. Existen interrogantes sobre este cambio en el diseño gráfico, una profesión como tal pensada en el mundo creativo con grandes ideas que deja en tela de dudas que va a pasar si a través de algoritmos se puede dar solución a grandes cosas. La investigación aborda la forma en que podemos adaptarnos a esta transformación, mejorar el rendimiento, y ser más eficientes sin dejar de lado los conocimientos conceptuales de cada creación gráfica, el resultado de la investigación cuyo objetivo es transformar el conocimiento en el Diseño Gráfico experimentando a través de la Inteligencia Artificial hacia una nueva perspectiva de comunicación visual. La actual investigación tiene un enfoque cualitativo, a través de un análisis documental. Los resultados arrojan que la IA ofrece beneficios significativos para el diseño gráfico y la creatividad al automatizar tareas rutinarias, generar diseños personalizados y mejorar la eficiencia.

### ABSTRACT

This research work is based on the interest among professionals in Graphic Design and the turn it is taking as a result of the emergence of Artificial Intelligence as a tool that changes the perspective of the designer, the world is changing and adapts. at This great transformation requires learning and adaptation. There are questions about this change in graphic design, a profession as such designed in the creative world with great ideas that leaves doubts about what will happen if great things can be solved through algorithms. The research addresses the way in which we can adapt to this transformation, improve performance, and be more efficient without leaving aside the conceptual knowledge of each graphic creation, the result of the research whose objective is to transform knowledge in Graphic Design by experimenting a through Artificial Intelligence towards a new perspective of visual communication. The current research has a qualitative approach, through documentary analysis. The results show that AI offers significant benefits for graphic design and creativity by automating routine tasks, generating personalized designs and improving efficiency.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Inteligencia Artificial (IA), es una herramienta que cada vez está siendo muy útil, debido a la cantidad de soluciones que brinda, en la carrera de Diseño Gráfico muchos profesionales de esta disciplina se ven preocupados o surge la incógnita que va a pasar con nosotros.

La Inteligencia Artificial se considera como una de las ramas de las ciencias de la computación que se ocupa de construir sistemas que permiten exhibir un comportamiento cada vez más inteligente (Alvarado, 2015). Concretamente se puede decir que es la habilidad de los ordenadores para hacer actividades que normalmente requieren inteligencia humana.

La IA es capaz de producir algoritmos que generan recomendaciones personalizadas basadas en el historial de interacciones que un cliente tiene con un producto, servicio o herramienta (Zendesk, 2023), pero siempre es importante recalcar que, aunque la IA puede ser una herramienta poderosa en el diseño gráfico, la creatividad humana sigue siendo esencial. La IA puede ser utilizada como un complemento para potenciar la creatividad y la eficiencia de los diseñadores, pero el toque humano y la toma de decisiones creativas siguen siendo aspectos fundamentales en este campo.

La IA nos ayuda a hacer casi todo más barato, más rápido, más efectivo y cambiará profundamente sectores como el de la conducción, los viajes, la salud, educación, comercio, agricultura, finanzas, ventas y el marketing (Rouhiainen, 2018). De esta forma se puede decir que la IA está transformando rápidamente la forma en que interactuamos con la tecnología y cómo se llevan a cabo diversas tareas en la sociedad. Este cambio profundo también tiene un impacto significativo en el campo del diseño gráfico. La perspectiva del diseño gráfico ante la inteligencia artificial es una exploración apasionante de cómo las máquinas y los humanos pueden colaborar, competir y evolucionar en la creación y la comunicación visual.

En última instancia, la perspectiva del diseño gráfico ante la inteligencia artificial abre nuevas posibilidades para la creatividad y la eficiencia en la comunicación visual. Sin embargo, también plantea desafíos fundamentales para los profesionales del diseño en términos de adaptación, ética y la necesidad continua de aportar un toque humano distintivo en un mundo cada vez más automatizado. En esta interacción dinámica entre la mente humana y la máquina, el diseño gráfico se encuentra en un emocionante punto de inflexión que promete transformar la forma en que entendemos y experimentamos la comunicación visual en la era de la inteligencia artificial.

Como problema se detalla: ¿El cómo enfrentarse como Diseñador Gráfico al mundo de la Inteligencia Artificial?

Como objetivo general se detalla el: Transformar el conocimiento en el Diseño Gráfico experimentando a través de la Inteligencia Artificial hacia una nueva perspectiva de comunicación visual.

La actual investigación tiene un enfoque cualitativo, con la preparación y organización de los datos, lo cual esto puede significar transcribir entrevistas, reseñar y explorar los datos.

## DESARROLLO

El diseño gráfico es el arte de comunicación visual a través de texto, imágenes, símbolos o ilustraciones. Sirve tanto para identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una gran oferta de valor o atraer a tu cliente ideal. Su objetivo es crear una representación visual con un sentido de orden y claridad haciendo que las personas entiendan el mensaje (López, 2023). Desde que el diseño existe y forma parte de la humanidad, en la era primitiva con las pinturas rupestres que se encuentran en la cueva de Altamira, urnas rupestres que al girarlas daban la sensación de movimiento, hasta principios de la era moderna donde de manera consecuente este concepto se fue actualizando y se crearon herramientas para poder lograr efectos similares, Pero, sería en el siglo XX cuando se consideraría como disciplina propiamente dicha.

Según explica Castro (2023), en tiempos pasados, para el ejercicio del Diseño Gráfico era fundamental contar con habilidades manuales orientadas al dibujo, la tipografía y la imagen. Hoy se requiere también

dominar el uso de dispositivos tecnológicos, programas digitales e Internet, así como el manejo de tecnologías relacionadas con la reproducción gráfica que contemplen el ahorro económico, la conciencia ambiental y el comportamiento de consumo.

El uso efectivo de la tecnología permite a los diseñadores gráficos ser más eficientes, experimentar con nuevas ideas y ofrecer soluciones creativas en un entorno digital en constante evolución. También proporciona acceso instantáneo a una enorme cantidad de recursos en línea, como imágenes de stock, fuentes tipográficas, tutoriales y bibliotecas de diseño. Esto amplía las posibilidades creativas y facilita la búsqueda de inspiración. La automatización de tareas repetitivas mediante scripts y acciones predefinidas en software de diseño optimiza los flujos de trabajo, permitiendo a los diseñadores centrarse en tareas más creativas y estratégicas.

En la década de los 90, la evolución del diseño gráfico presenta un auge en cuanto al uso de softwares con la aparición de las primeras versiones de los programas como Dreamweaver, Illustrator, Photoshop e InDesign, entre otros. Herramientas que, a día de hoy, son indispensables para diseñar, (Chávez, 2017).

En este sentido, con la llegada de la era digital al diseño, aparece la disyuntiva sobre el proceso creativo del diseñador, atendiendo que el mismo tiene como herramienta fundamental de trabajo su capacidad de crear contenido de valor a los usuarios. En este ámbito López (2012) expone que una afirmación típica de los detractores de la creatividad computacional es que simular técnicas artísticas equivale a simular el pensamiento y el razonamiento humanos, en especial el pensamiento creativo. Es imposible hacer esto usando algoritmos o sistemas de procesamiento de información. No podemos estar menos de acuerdo con esto. Como se desprende esperanzadoramente de los ejemplos expuestos, la creatividad no es un don místico fuera del ámbito del estudio científico, sino algo que puede ser investigado, simulado y reconducido en beneficio de la sociedad.

Al llegar la IA a la actualidad nos ha dado un giro enorme como diseñadores gráficos, aportando beneficios significativos al mundo del diseño gráfico, mejorando la eficiencia, la creatividad y la personalización. Sin embargo, también plantea desafíos en términos de intuición humana y riesgo de desplazamiento laboral.

Se podría decir que el objetivo principal de la tecnología de la inteligencia artificial en la actualidad es el de tratamiento y análisis de datos, por encima de la creación de sistemas con comportamiento humano. En algunas ocasiones, lo interesante de esa tecnología será su capacidad de caracterizar los datos de una forma simplificada para poder ver los datos de una manera mucho más eficiente o poder realizar un análisis más exhaustivo y eficaz. Pero, en otras ocasiones, el objetivo principal del sistema de inteligencia artificial va a ser el de identificar una serie de patrones dentro de todos los datos que se le han proporcionado y de esta forma poder clasificar las observaciones del problema en diferentes categorías que nos resulten útiles a la hora de tomar una decisión al respecto (Costalago, 2019).

En el ámbito del diseño muchos autores coinciden que la inteligencia artificial viene a colaborar con la imaginación humana creando el término de creatividad aumentada, el cual se entiende como la integración de tecnologías avanzadas, como inteligencia artificial (IA), aprendizaje automático, realidad aumentada (RA) y otras, para potenciar y mejorar los procesos creativos. En lugar de reemplazar a los humanos en el proceso creativo, la creatividad aumentada busca complementar y ampliar las capacidades creativas de los individuos. Según Aula Creativa, (2023), la IA no reemplaza a la creatividad humana, sino que la amplifica. Herramientas como los generadores de diseño y las redes neuronales, permiten a los diseñadores gráficos explorar nuevas ideas de una forma rápida y eficiente. En este punto hay que recalcar que la creatividad, vista como un fenómeno aislado, se caracteriza por la capacidad de percibir el mundo de nuevas formas, de encontrar patrones ocultos, de establecer conexiones entre fenómenos aparentemente no relacionados y de generar soluciones originales. De este modo implica dos procesos: pensar y luego producir. La creatividad es una fuerza combinatoria, es nuestra capacidad para aprovechar nuestro conjunto interno de recursos (conocimiento, percepción, información, inspiración y todo lo que se encuentra en nuestra mente) que hemos acumulado a lo largo de los años, y combinarlos de maneras novedosas y sorprendentes (Meyer, 2021).

Todo esto sobrepone un reto inmenso para los diseñadores, quienes pueden ver un riesgo laboral ante tanto auge tecnológico, debido a que la automatización de ciertas tareas podría llevar al desplazamiento de trabajadores en el sector del diseño gráfico, especialmente aquellos cuyas funciones son más susceptibles de ser automatizadas. En este tema Ridge (2023) sugiere que, para seguir siendo

relevantes y competitivos en esta industria, es esencial que los diseñadores gráficos se mantengan actualizados con los avances tecnológicos y aprendan a utilizar la IA de manera ética y efectiva.

Algunos medios de comunicación han abordado este tema y muestran datos alarmantes para ciertos sectores. Los trabajadores de áreas como la manufactura, servicios de atención al cliente, logística y tareas administrativas pueden enfrentar riesgos de desplazamiento si sus responsabilidades son susceptibles a la automatización en su totalidad. Según Angulo (2023), en su artículo periodístico dice que el 18% de los trabajos en Ecuador corren peligro frente a esta nueva era de la IA.

en cambio, Nieto (2023) opina que la inteligencia artificial no supone un riesgo para el diseño gráfico en sí misma, pero sí para su reputación. Refiriéndose a la devaluación que pueda sufrir todo proyecto gráfico por el hecho de que existan herramientas de inteligencia artificial. No son pocos los que aún piensan que herramientas de edición de imágenes como Photoshop cuentan con una herramienta mágica capaz de hacer todo el trabajo con un solo click. Con la inteligencia artificial ocurrirá algo parecido a una escala mayor, ya que afectará a casi cualquier trabajo digital.

### **¿En qué nos puede ayudar la IA en el mundo del Diseño Gráfico?**

Según (Sesé, 2021), la irrupción de la Inteligencia Artificial va a cambiar muchos de los empleos tradicionales tal y como los conocemos hoy en día. La disciplina del diseño gráfico y aquellas que conllevan un uso de la creatividad también se verán afectadas, aunque de manera diferente. Los futuros diseñadores tendrán que acostumbrarse a trabajar incorporando la IA en sus procesos creativos, como una herramienta de trabajo más.

Muchos profesionales del diseño gráfico tienen gran creatividad al momento de realizar sus trabajos, sin embargo, a raíz de la aparición de la IA, algunos se han tenido de adaptar y ser más amigables de este gran paso, ya que no estos recursos ayudan en mayor parte con los trabajos, sin embargo, no se debe abusar de estas herramientas ya que se tiende a perder la creatividad y en estar en el área de confort.

Según (Romero,2016), el mundo del diseño gráfico ha experimentado una transformación radical gracias a los avances en la inteligencia artificial (IA). Lo que solía ser una disciplina basada en la creatividad humana y las herramientas tradicionales ha evolucionado hacia un espacio donde la tecnología y el arte se entrelazan de manera sorprendente. Las aplicaciones de inteligencia artificial en el diseño gráfico no solo han agilizado los procesos, sino que también han abierto nuevas posibilidades creativas que antes parecían inalcanzables.

Estos son algunos puntos que nos pueden ayudar:

- **Automatización de tareas y analizar gran cantidad de datos.**

Cuando hablamos de automatización de procesos empresariales nos referimos al uso de la tecnología para ejecutar tareas o procesos recurrentes en un negocio. Esto permite minimizar los costos, aumentar la eficiencia y agilizar procesos que son cada vez más complejos (Reyes, 2023).

La transformación digital tiene mucho que ver con la automatización empresarial, pues implica la optimización de los procesos de un negocio con la ayuda de las nuevas tecnologías.

- **Mejora la eficiencia y la productividad.**

La irrupción de la IA va a cambiar muchos de los empleos tradicionales tal y como los conocemos hoy en día. La disciplina del diseño gráfico y aquellas que conllevan un uso de la creatividad también se verán afectadas, aunque de manera diferente. Los futuros diseñadores tendrán que acostumbrarse a trabajar con un asistente de IA en sus procesos creativos, como una herramienta de trabajo más. Los recientes avances en Deep Learning permiten la aplicación de la IA al diseño gráfico y, por lo tanto, cambian la naturaleza de los procesos creativos. No obstante, aunque la IA se ve como un potencial

en los procesos colaborativos, algunos estudios demuestran que todavía existe una propensión de los humanos a cooperar con la IA.

- **Ayuda a mejorar la personalización.**

La personalización de la experiencia del usuario en plataformas digitales se ha convertido en un objetivo primordial para las organizaciones en la era de la inteligencia artificial (IA). La IA ha demostrado ser una herramienta invaluable para la mejora de los modelos de negocios digitales, al permitir una interacción más individualizada y relevante entre las plataformas y sus usuarios (Torres & Díaz, 2020). A través del análisis de grandes volúmenes de datos y algoritmos avanzados, la IA es capaz de adaptar de manera precisa la experiencia del usuario a sus preferencias y necesidades específicas (Moncayo y Vásquez, 2023).

### ¿Y entonces donde está la parte no tan buena de la IA?

La inteligencia artificial ha venido dando un portazo y ha traído beneficios significativos al mundo del diseño gráfico, mejorando la eficiencia, la creatividad y la personalización. Sin embargo, también plantea incertidumbre e inquietudes como:

- Falta de intuición humana
- Amenaza para el empleo

### ¿Cómo se aplica la IA Inteligencia Artificial en el Diseño Gráfico?

Los diseñadores pueden abrazar la tecnología como un aliado que amplía sus horizontes y complementa su trabajo, ya que la colaboración promete una sinergia única entre habilidades humanas y capacidades tecnológicas avanzadas que hasta el momento han traído novedades significativas. (Orjuela, 2023)

El uso de la IA en el campo del Diseño Gráfico tiene un gran impacto en sus distintas áreas como, por ejemplo:

**Edición de fotos:** Utilizando complejos algoritmos de inteligencia artificial se facilitan muchos procesos para la mejora de imágenes y fotografías (reconocimiento de colores, formas, y patrones de diseño para aplicar correcciones de manera automática, refinado de bordes de imágenes basados en IA.

**Generación de ideas para la creación de marcas:** Muchos diseñadores usan algoritmos de IA para generar ideas que les sirvan para desarrollar proyectos más complejos, por ejemplo, para generar una serie de logotipos introduciendo una serie de datos y utilizar los resultados para trabajar sobre un diseño final.

**Diseño gráfico para publicidad:** La IA artificial tiene un gran impacto en el sector gráfico enfocado en la publicidad. Gracias a la inteligencia artificial, se pueden emplear herramientas que permiten crear anuncios y banners más atractivos para un perfil de usuario determinado teniendo en cuenta sus gustos y necesidades.

**Creación de imágenes:** La IA aplicada al diseño gráfico para la generación de imágenes es un área muy interesante. Consiste en proporcionar a la IA una serie de características sobre la imagen a generar para obtener distintas alternativas generadas según el criterio del propio algoritmo. Este tipo de herramientas cada vez son más sofisticadas y permiten generar imágenes de gran impacto y originalidad.

Esta intersección entre diseño gráfico e inteligencia artificial también plantea cuestiones éticas y de responsabilidad. ¿Quién es responsable de las decisiones que toman un algoritmo de diseño? ¿Cómo garantizamos que el diseño generado por Inteligencia Artificial cumple con los estándares éticos y culturales? Estas son algunas de las preguntas críticas que los diseñadores gráficos, junto con los

desarrolladores y los responsables de políticas, deben abordar a medida que avanzamos en esta nueva era del diseño impulsado por la IA.

La presente recomendación trata de las cuestiones éticas relacionadas con el ámbito de la inteligencia artificial en la medida en que competen al mandato de la UNESCO. Aborda la ética de la IA como una reflexión normativa sistemática, basada en un marco integral, global, multicultural y evolutivo de valores, principios y acciones interdependientes, que puede guiar a las sociedades a la hora de afrontar de manera responsable los efectos conocidos y desconocidos de las tecnologías de la IA en los seres humanos, las sociedades y el medio ambiente y los ecosistemas, y les ofrece una base para aceptar o rechazar las tecnologías de la IA. Considera la ética como una base dinámica para la evaluación y la orientación normativas de las tecnologías de la IA, tomando como referencia la dignidad humana, el bienestar y la prevención de daños y apoyándose en la ética de la ciencia y la tecnología (UNESCO,2022).

La inteligencia artificial está revolucionando los preceptos de los derechos de propiedad, en la actualidad existen algoritmos de inteligencia artificial que de forma “autónoma” son capaces de crear lo que podrían considerarse obras del espíritu si fuesen realizadas por seres humanos. Sin embargo, bajo las concepciones vigentes no podría atribuirse titularidad de derechos de autor sobre productos realizados por “no-humanos”. Es más, hay barreras para su inclusión, con lo que se está generando un vacío legal que debe ser cubierto urgentemente y de manera armonizada. Por ello, el objetivo del presente trabajo es determinar, a partir del análisis, si el mandato constitucional de proteger la propiedad intelectual implica que dicha titularidad debe reconocerse o, en su defecto, que deben crearse nuevos derechos intelectuales para los productos de la inteligencia artificial. Los resultados que se presentan fueron generados mediante la aplicación del Método General de Solución de Problemas basado en un análisis de causa por el Diagramas de Causa y Efecto (Estupiñán, 2021).

## CONCLUSIONES

La inteligencia artificial ofrece beneficios significativos para el diseño gráfico y la creatividad al automatizar tareas rutinarias, generar diseños personalizados y mejorar la eficiencia. Sin embargo, también existen desafíos, como la falta de intuición humana y la preocupación por la sustitución de puestos de trabajo. Es importante destacar que la colaboración entre humanos y la Inteligencia Artificial puede llevar a mejores resultados y a la creación de nuevas oportunidades en lugar de una eliminación completa de los puestos de trabajo. Si bien la IA tiene límites en cuanto a la creatividad y la comprensión contextual, sigue siendo una herramienta poderosa para potenciar y mejorar la profesión del diseño gráfico.

Si, bien pueden producirse cambios en la industria del diseño gráfico y la creatividad que ya se están produciendo al igual que en otros ámbitos, también hay espacio para la adaptación y la evolución de los roles profesionales. Así que no tengamos miedo y saquémosle el mejor provecho.

## REFERENCIAS

1. Alvarado, M. (2015). UNA MIRADA A LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. *Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información*, 2(3), 27-31.
2. Angulo, S. (15 de abril de 2023). *Expreso*. Obtenido de Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/inteligencia-artificial-18-trabajos-corren-peligro-ecuador-157451.html>
3. Aula Creativa. (25 de octubre de 2023). *Aula Creativa*. Obtenido de Aula Creativa: <https://www.aulacreactiva.com/impacto-inteligencia-artificial-diseno-grafico/>
4. Castro, J. (2023). Revolución tecnológica digital en el Diseño Gráfico (1990-2020): ¿evolución, reinención o automatización creativa? *Escena Revista de Arte*, 83(1), 98-124.

5. Chavez, C. (20 de enero de 2017). *Seocom*. Obtenido de Seocom: <https://seocom.agency/es/blog/la-revolucion-digital-del-diseno/>
6. Costalago, R. (2019). *Aplicaciones de la inteligencia artificial en la industria publicitaria*. Segovia: UVa.
7. Estupiñán Ricardo, J. L. (2021). *Inteligencia artificial y propiedad intelectual*. España.
8. Lopez, a. (16 de noviembre de 2023). *Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico*. Obtenido de PIKTOCHART: <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>
9. López, R. (2012). *La inteligencia artificial y las artes. Hacia una creatividad computacional*. . Cataluña: Instituto de Investigación en Inteligencia Artificial. Obtenido de OpenMind BBVA.
10. Meyer, E. (26 de marzo de 2021). *Dirconfidencial*. Obtenido de Dirconfidencial: <https://dirconfidencial.com/marketing/la-era-de-la-creatividad-aumentada-20210325-1406/>
11. Moncayo, D., & Vasquez, D. (Junio de 2023). El derecho de la propiedad intelectual puesto a prueba: inteligencia artificial con capacidad inventiva. *Revista de la propiedad inmaterial*(35), 147-175.
12. Nieto, D. (2 de abril de 2023). *Deividart*. Obtenido de Deividart: <https://www.deividart.com/blog/ia-amenaza-disenador-grafico/>
13. Orjuela, L. (27 de septiembre de 2023). *Poliverso*. Obtenido de Poliverso: <https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/inteligencia-artificial-diseno-grafico#:~:text=Los%20sistemas%20de%20IA%20pueden,que%20ampl%C3%ADa%20las%20posibilidades%20creativas.>
14. Reyes, N. (2023). Uso de la Inteligencia Artificial en la personalización de la experiencia del usuario en las plataformas digitales. *Polo del Conocimiento*, 8(83), 1190-1206.
15. Ridge, B. (3 de octubre de 2023). *Medium Multimedia*. Obtenido de Medium Multimedia: <https://www.mediummultimedia.com/disen/como-afecta-la-ia-a-los-disenadores-graficos/>
16. Romero, E. (18 de Septiembre de 2023). *Aplicaciones de Inteligencia Artificial para el diseño grafico*. Madrid, Madrid, España.
17. Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia Artificial- 101 cosas de debes saber sobre nuestro futuro*. Barcelona: Editorial Planeta S.A.
18. Sesé, J. P. (2023). El diseñador gráfico en la era de la Inteligencia Artificial. *EME*(8), 66-73.
19. Torres, D., & Diaz, L. (2021). Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en los Modelos de Negocios Digitales. *Recherches en Sciences de Gestion*(141), 67-88.
20. UNESCO. (2022). *La etica de la inteligencia artificial*. Paris.
21. Zendesk, B. (20 de Septiembre de 2023). *Ética en la inteligencia artificial: guía para empresas responsables*.