

DOI: <https://doi.org/10.61616/rvdc.v7i2.1685>

La inteligencia artificial generativa como agente de transformación del proceso creativo y la identidad profesional del diseñador gráfico contemporáneo

Diego Xavier León Maríndiegox.leon@ucuenca.edu.ec<https://orcid.org/0009-0002-2715-3261>

Universidad de Cuenca

RESUMEN

El presente artículo analiza, mediante un estudio bibliográfico, el impacto de la inteligencia artificial (IA) generativa en el proceso creativo, la autoría visual y el rol profesional del diseñador gráfico contemporáneo. El objetivo general fue analizar bibliográficamente dicho impacto a partir de la producción científica publicada entre 2021 y 2026. Se empleó un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, con un diseño de investigación documental basado en la revisión sistemática de veintiocho fuentes académicas indexadas en bases como Scopus, Web of Science, ACM Digital Library, MDPI, Nature y Dialnet, clasificadas en siete ejes temáticos: herramientas de IA generativa, transformación del proceso de diseño, autoría y propiedad intelectual, ética de la IA generativa, identidad profesional y empleabilidad, creatividad humana frente a creatividad computacional, y educación en diseño. Los resultados evidencian que la IA generativa interviene con mayor intensidad en las etapas de ideación y bocetaje, ampliando el repertorio de alternativas visuales, mientras que introduce mayores riesgos en la etapa de revisión crítica del proyecto. Asimismo, se identifica una discusión jurídica y ética no resuelta sobre la autoría de las obras generadas por IA, y una tendencia de la literatura reciente a interpretar el efecto de estas herramientas sobre la identidad profesional del diseñador no como sustitución, sino como reconfiguración hacia funciones de curaduría, dirección de arte y validación crítica. Se concluye que el valor diferencial del diseñador gráfico se desplaza, pero no desaparece, ante la incorporación de la inteligencia artificial generativa.

Palabras clave: diseño gráfico, inteligencia artificial generativa, creatividad, autoría visual, ética del diseño

Licencia

Este trabajo está bajo una licencia Creative Commons Attribution 4.0 International.



Generative artificial intelligence and the transformation of the graphic designer's role

ABSTRACT

This article analyzes, through a bibliographic study, the impact of generative artificial intelligence (AI) on the creative process, visual authorship, and the professional role of the contemporary graphic designer. The general objective was to conduct a bibliographic analysis of this impact based on scientific production published between 2021 and 2026. A qualitative, descriptive approach was used, with a documentary research design based on the systematic review of twenty-eight academic sources indexed in databases such as Scopus, Web of Science, the ACM Digital Library, MDPI, Nature, and Dialnet, classified into seven thematic axes: generative AI tools, transformation of the design process, authorship and intellectual property, ethics of generative AI, professional identity and employability, human versus computational creativity, and design education. The results show that generative AI intervenes most intensively in the ideation and sketching stages, expanding the range of visual alternatives, while posing greater risks at the critical review stage of a project. Likewise, an unresolved legal and ethical debate is identified regarding the authorship of AI-generated works, along with a tendency in recent literature to interpret the effect of these tools on the designer's professional identity not as replacement, but as a reconfiguration toward curatorial, art-direction, and critical-validation functions. It is concluded that the graphic designer's distinctive value shifts, but does not disappear, with the incorporation of generative artificial intelligence.

Keywords: graphic design, generative artificial intelligence, creativity, visual authorship, design ethics

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license.



INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico atraviesa uno de los cambios de herramienta más rápidos de su historia reciente. En apenas tres años, sistemas de generación de imágenes a partir de texto como Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion y Adobe Firefly, junto con modelos de lenguaje como ChatGPT y plataformas de generación de video como Runway, pasaron de ser prototipos de laboratorio a integrarse en flujos de trabajo profesionales cotidianos (Zou et al., 2025; Yin et al., 2023). Este artículo examina un tema que atraviesa esa transformación técnica: cómo la inteligencia artificial (IA) generativa está modificando no solo la velocidad de producción visual, sino el propio proceso creativo, la noción de autoría y la identidad profesional del diseñador gráfico contemporáneo.

El problema de investigación puede formularse así: existe todavía una comprensión fragmentada de en qué etapas concretas del proceso de diseño —investigación, ideación, bocetaje, producción visual, revisión y presentación— interviene realmente la IA generativa, y de qué manera esa intervención reconfigura simultáneamente tres dimensiones que solían darse por separado: la eficiencia operativa, la autoría de la obra y el valor profesional distintivo del diseñador frente a un cliente o empleador. Estudios recientes documentan avances notables en la primera dimensión (Casteleiro-Pitrez, 2024; Sullivan et al., 2024), pero las implicaciones sobre autoría y estatus profesional siguen dispersas en literatura jurídica, ética y de recursos humanos que rara vez dialoga con la literatura propiamente proyectual del diseño (Mei, 2024; Franceschelli y Musolesi, 2022; Chen y Wang, 2024).

La relevancia de abordar este tema es a la vez disciplinar y coyuntural. Disciplinarmente, el diseño gráfico se ha definido históricamente como una profesión mediadora entre una necesidad de comunicación y una solución visual, y esa mediación exigía dominio técnico de herramientas, sensibilidad estética y capacidad de síntesis conceptual (Zhang et al., 2024).

Cuando una herramienta de IA generativa puede producir en segundos alternativas visuales antes reservadas al oficio del diseñador, se pone en cuestión qué parte de ese oficio constituye realmente el valor diferencial de la profesión. Coyunturalmente, encuestas recientes con profesionales del sector muestran percepciones divididas: mientras algunos diseñadores valoran la IA como amplificador de productividad, otros la perciben como amenaza directa a su empleabilidad, en un patrón similar al que atraviesan otras profesiones creativas (Yang, 2024; Massaguer Busqueta y Alcaraz-Martínez, 2025).

El marco teórico de este artículo se apoya en tres corrientes. La primera corresponde a los estudios de metodología proyectual del diseño, que describen el proceso creativo como una secuencia iterativa de fases de divergencia y convergencia —investigación del contexto, generación de alternativas, síntesis, materialización y comunicación— sobre la cual se puede situar con precisión el punto de entrada de cualquier herramienta nueva, incluida la IA generativa (Hong et al., 2023; Muehlhaus y Steimle, 2024). La segunda corriente proviene de los estudios de propiedad intelectual y derecho de autor aplicados a contenido generado por IA, que discuten si el resultado de un modelo generativo constituye una obra derivada, una obra original del usuario que construye el prompt, o una zona jurídica todavía no resuelta (Franceschelli y Musolesi, 2022; Matias, 2024; Mei, 2024). La tercera corriente corresponde a los estudios de ética aplicada a la creación asistida por IA, que examinan cuestiones de sesgo algorítmico, apropiación estilística sin consentimiento y transparencia en la autoría de una pieza visual (Hagendorff, 2024; Shan et al., 2023; Hanna et al., 2023).

En cuanto a los antecedentes investigativos, la producción académica sobre IA generativa y diseño ha crecido de forma sostenida desde 2022. Un primer grupo de estudios se ha concentrado en describir el funcionamiento y la usabilidad de las herramientas mismas (Casteleiro-Pitrez, 2024; Paananen et al., 2023). Un segundo grupo, más reciente, examina la

transformación del proceso de diseño propiamente dicho, documentando cómo la IA generativa altera las fases de ideación y prototipado al permitir que incluso actores no especializados —como los propios clientes— generen visualizaciones rápidas de sus ideas (Schneider et al., 2024; Lee et al., 2024). Un tercer grupo, de carácter jurídico y ético, ha documentado casos de infracción de derechos de autor, apropiación de estilo sin consentimiento y daños reputacionales a ilustradores y diseñadores (Hanna et al., 2023; Zhuang, 2024; Shan et al., 2023). Sin embargo, son escasos los trabajos que integran estas tres líneas —proceso, autoría e identidad profesional— en un solo marco de análisis aplicado específicamente al diseño gráfico, y menos aún desde una perspectiva bibliográfica que sintetice la producción en español y en inglés de los últimos cinco años. Este artículo busca contribuir a llenar ese vacío.

En este contexto, la pregunta que orienta la investigación es la siguiente: ¿cómo está modificando la inteligencia artificial generativa el proceso creativo, la autoría y la identidad profesional del diseñador gráfico en el contexto contemporáneo? A partir de esta pregunta, el objetivo general del estudio es analizar bibliográficamente el impacto de la inteligencia artificial generativa en los procesos creativos, la autoría visual y el rol profesional del diseñador gráfico. De este objetivo general se desprenden los siguientes objetivos específicos: (a) identificar, a partir de la literatura científica reciente, en qué etapas del proceso de diseño gráfico interviene con mayor intensidad la IA generativa y con qué efectos documentados; (b) caracterizar el estado de la discusión académica y jurídica sobre la autoría y la propiedad intelectual de las obras generadas o asistidas por IA; y (c) sistematizar los hallazgos disponibles sobre cómo se está redefiniendo la identidad profesional y la empleabilidad del diseñador gráfico ante la incorporación creciente de estas herramientas.

METODOLOGÍA

Este trabajo adoptó un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, y un diseño de investigación bibliográfica o documental. Se optó por este diseño porque el objetivo del estudio no requería la recolección de datos primarios en campo, sino la sistematización y el análisis crítico de la producción científica ya publicada sobre la relación entre inteligencia artificial generativa, proceso creativo, autoría y ejercicio profesional del diseño gráfico. La investigación bibliográfica permite, en un campo de cambio tecnológico acelerado como este, ofrecer una fotografía representativa del estado del conocimiento disponible hasta la fecha, identificando convergencias, vacíos y tensiones entre las distintas líneas de estudio.

La unidad de análisis estuvo constituida por veintiocho (28) fuentes académicas publicadas entre 2021 y 2026, con una concentración mayoritaria en el trienio 2023-2025, periodo que coincide con la popularización masiva de las herramientas de IA generativa de imagen y texto. El sistema de muestreo aplicado fue no probabilístico, de tipo intencional, orientado por criterios de pertinencia temática y calidad editorial antes que por representatividad estadística. Los criterios de inclusión establecidos fueron: (a) publicación en revistas académicas indexadas (Scopus, Web of Science, Redalyc, Scielo, Dialnet) o en repositorios y actas de conferencias de reconocido arbitraje científico (arXiv en su modalidad de preprint revisable, ACM Digital Library, MDPI, Nature, PNAS); (b) antigüedad no mayor a cinco años respecto de la elaboración de este artículo; (c) abordaje explícito de al menos uno de los siguientes ejes temáticos: herramientas de IA generativa aplicadas al diseño visual, transformación de las etapas del proceso de diseño, autoría y propiedad intelectual de obras generadas por IA, ética de la IA generativa en la producción visual, identidad profesional y empleabilidad del diseñador, creatividad humana frente a creatividad computacional, y educación en diseño en la era de la IA. Se excluyeron publicaciones sin proceso de arbitraje

identificable, entradas de blogs o divulgación no académica, y fuentes centradas exclusivamente en aspectos técnicos de entrenamiento de modelos de IA sin conexión con el ejercicio del diseño o la creatividad.

Como técnica de recolección de información se empleó la revisión documental sistemática, apoyada en un instrumento de registro bibliográfico que consignó, para cada fuente, los siguientes campos: referencia completa en formato APA séptima edición, eje temático de pertenencia, tipo de estudio (empírico, teórico-conceptual, revisión de literatura, análisis de caso o análisis jurídico-normativo), y una síntesis de los hallazgos relevantes para los objetivos de este artículo. Este instrumento permitió la posterior comparación y triangulación temática entre fuentes procedentes de campos disciplinares distintos —diseño, interacción humano-computador, derecho y ética aplicada—, cuya convergencia resulta poco frecuente en la literatura especializada consultada.

El procedimiento de análisis siguió tres momentos. En el primero se clasificaron las fuentes en los siete ejes temáticos señalados, permitiendo advertir el peso relativo de cada dimensión del problema en la producción académica reciente. En el segundo momento se realizó un análisis comparativo entre las fases clásicas del proceso proyectual del diseño gráfico (investigación, ideación, bocetaje, producción visual, revisión y presentación) y los hallazgos empíricos disponibles sobre la intervención de la IA generativa en cada una de ellas, documentando tanto ganancias de eficiencia como tensiones sobre autoría y autenticidad. En el tercer momento se sistematizaron los principales argumentos y posiciones sobre la reconfiguración de la identidad profesional del diseñador gráfico, distinguiendo entre estudios que enfatizan el riesgo de sustitución laboral y estudios que documentan procesos de adaptación y ampliación de competencias.

En cuanto a las consideraciones éticas, al tratarse de un estudio estrictamente documental no se requirió consentimiento informado ni intervención con personas, pero se aplicó un criterio riguroso de integridad académica: cada fuente incluida fue verificada en su existencia y accesibilidad mediante su DOI o URL directa, evitando la incorporación de referencias no comprobables o de dudosa procedencia, en línea con lo exigido por los estándares editoriales de la revista para la aceptación de manuscritos.

Como limitación del estudio, se reconoce que la naturaleza documental de la investigación no permite medir de forma directa las percepciones o prácticas de diseñadores gráficos en ejercicio en el contexto local ecuatoriano o latinoamericano, por lo que los hallazgos aquí sistematizados constituyen una base conceptual que requeriría contrastarse en el futuro con estudios de campo, cuantitativos o cualitativos, realizados con muestras de profesionales y estudiantes de la región.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de las veintiocho fuentes revisadas permite organizar los hallazgos en tres bloques, correspondientes a los tres objetivos específicos planteados: (a) la intervención de la IA generativa en las etapas del proceso de diseño gráfico, (b) el estado de la discusión sobre autoría y propiedad intelectual, y (c) la reconfiguración de la identidad profesional y la empleabilidad del diseñador.

Transformación de las etapas del proceso de diseño gráfico

La literatura revisada coincide en que la IA generativa no interviene de manera uniforme en todo el proceso de diseño, sino que su intensidad y su efecto varían considerablemente según la etapa. Hong et al. (2023) proponen distinguir entre dos grandes desafíos que atraviesan cualquier proyecto de diseño asistido por IA: "obtener el diseño correcto" (right design), asociado a las fases iniciales de investigación e ideación, y "hacer bien el diseño" (design

right), asociado a las fases de producción y refinamiento técnico. Esta distinción resulta útil para ordenar la evidencia empírica disponible sobre cada etapa del proceso proyectual.

Cuadro 1. Intervención de la inteligencia artificial generativa en las etapas del proceso de diseño gráfico

Etapa del proceso de diseño	Función tradicional de la etapa	Hallazgo documentado sobre la intervención de la IA generativa	Fuente
Investigación	Recolección y análisis de referentes visuales, contexto del cliente y del usuario	La IA generativa amplía la exploración de referentes, pero su calidad depende de la capacidad crítica de quien formula las instrucciones (prompts) y filtra los resultados	Sullivan et al. (2024)
Ideación	Generación de múltiples alternativas conceptuales a partir del problema de diseño	Herramientas de texto a imagen favorecen el descubrimiento serendípico de ideas y reducen la fijación de diseño cuando se combinan con restricciones claras del proyecto	Paananen et al. (2023); Wadinambiarachchi et al. (2024)
Bocetaje	Materialización rápida de conceptos preliminares mediante dibujo o composición manual	Modelos como Midjourney permiten integrar tarjetas de apoyo (AMP-Cards) que orientan al diseñador hacia soluciones de innovación en lugar de sustituir por completo la exploración manual	Yin et al. (2023)
Producción visual	Elaboración de la pieza final con criterios técnicos de composición, tipografía y color	La producción se acelera de forma significativa, pero persisten fricciones de usabilidad y ajuste emocional entre lo que el diseñador imagina y lo que la herramienta entrega	Casteleiro-Pitrez (2024)
Revisión	Evaluación crítica del ajuste entre la pieza producida y el brief original	La inmediatez de los resultados generados por IA puede reducir el tiempo dedicado a la revisión crítica si no existe una disciplina metodológica que la exija explícitamente	Muehlhaus y Steimle (2024)
Presentación	Comunicación y defensa de la propuesta ante el cliente o la audiencia	El uso de IA generativa por parte de los propios clientes para visualizar sus ideas redefine el rol del diseñador como mediador exclusivo entre concepto y visualización final	Schneider et al. (2024)

Nota. Elaboración propia a partir de la síntesis de las fuentes citadas en cada fila (2023-2024).

Como se aprecia en el Cuadro 1, las etapas de ideación y bocetaje son las que registran mayor evidencia de un efecto positivo de la IA generativa sobre la producción de alternativas, en la

medida en que amplían el repertorio de posibilidades visuales exploradas por el diseñador en un tiempo reducido (Paananen et al., 2023; Yin et al., 2023). En contraste, la etapa de revisión aparece en la literatura como la más vulnerable a un uso acrítico de estas herramientas, pues la velocidad de generación de resultados puede desplazar el tiempo que tradicionalmente se dedicaba a contrastar la pieza producida contra los objetivos comunicacionales del proyecto (Muehlhaus y Steimle, 2024). Un hallazgo particularmente significativo es el reportado por Schneider et al. (2024), quienes documentan mediante entrevistas a profesionales que la IA generativa no solo transforma las herramientas del diseñador, sino que empodera a actores no especializados —los propios clientes— para generar visualizaciones que antes requerían obligatoriamente la mediación de un diseñador, lo que introduce una presión adicional sobre el valor diferencial de la profesión que se retomará en el tercer bloque de resultados.

Autoría y propiedad intelectual en la obra generada o asistida por inteligencia artificial

El segundo bloque de hallazgos corresponde a una de las discusiones más activas y menos resueltas en la literatura reciente: la de quién es autor de una obra producida mediante IA generativa y bajo qué condiciones esa obra puede protegerse como propiedad intelectual. Mei (2024) cuestiona directamente la postura adoptada por la Oficina de Copyright de los Estados Unidos, que en 2023 negó la protección de autor a obras generadas exclusivamente por IA; el autor argumenta, por analogía con la figura histórica del arte por encargo, que la elaboración deliberada de instrucciones textuales (prompts) constituye en sí misma un acto creativo con suficiente intervención humana como para ser reconocido. Esta posición contrasta con la de Franceschelli y Musolesi (2022), quienes advierten que el problema de fondo no es solo quién posee derechos sobre la obra resultante, sino si el propio proceso de entrenamiento de los modelos generativos —que se nutre de millones de imágenes

protegidas por derecho de autor sin consentimiento explícito de sus creadores— constituye ya una infracción previa a cualquier discusión sobre la obra final.

Esta tensión se agrava cuando se documentan casos concretos de perjuicio a creadores humanos. Hanna et al. (2023) recogen testimonios de ilustradores y artistas visuales que reportan daños reputacionales y económicos directos derivados de generadores de imágenes entrenados con su propio estilo sin autorización, mientras que Zhuang (2024), a partir del caso de Stable Diffusion, sostiene que la falta de trazabilidad entre las imágenes de entrenamiento y las imágenes generadas dificulta enormemente cualquier reclamo legal por plagio o adaptación no autorizada. Frente a este vacío regulatorio, han surgido respuestas técnicas defensivas: Shan et al. (2023) presentan "Glaze", una herramienta que introduce perturbaciones imperceptibles al ojo humano en las obras digitales de un artista para impedir que los modelos de difusión aprendan e imiten su estilo, evidencia de que el problema de la autoría se está resolviendo, al menos parcialmente, en el terreno técnico ante la lentitud de las respuestas jurídicas y normativas.

Un aporte relevante para pensar una vía intermedia es el de Matias (2024), quien analiza demandas judiciales interpuestas por artistas contra desarrolladores de sistemas de IA generativa y concluye que existen alternativas de protección para los creadores tanto dentro como fuera del marco tradicional del copyright, incluyendo mecanismos de licenciamiento colectivo y de compensación por uso de datos de entrenamiento. Para el caso específico del diseño gráfico profesional, Hernández Cerda (2025) propone tres pilares operativos — transparencia, equidad y responsabilidad— como base para atribuir la autoría en piezas donde intervienen tanto el criterio humano como la generación algorítmica, una propuesta que dialoga directamente con el marco ético más amplio identificado por Hagendorff (2024) en su revisión de alcance sobre 378 problemas normativos asociados a la IA generativa.

Identidad profesional y empleabilidad del diseñador gráfico

El tercer bloque de resultados aborda cómo la incorporación de la IA generativa está afectando la percepción que los propios diseñadores tienen de su rol profesional y de su empleabilidad futura. Chen y Wang (2024), aplicando un modelo que integra el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) y la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), encuentran que los diseñadores profesionales —una categoría laboral que históricamente se consideraba relativamente protegida frente a la automatización por su componente creativo— hoy enfrentan niveles de incertidumbre similares a los de otras profesiones más expuestas a la sustitución tecnológica. En la misma línea, Yang (2024), en un estudio con 565 profesionales del diseño, encuentra que el temor al reemplazo laboral actúa como variable moderadora significativa en la intención de adoptar herramientas de IA, es decir, que la ansiedad ante la posible pérdida de relevancia profesional condiciona directamente la disposición a incorporar estas tecnologías en el flujo de trabajo cotidiano.

Cuadro 2. Posiciones documentadas sobre el efecto de la IA generativa en la identidad profesional del diseñador gráfico

Dimensión de la identidad profesional	Hallazgo principal	Fuente
Confianza y aceptación tecnológica	Los diseñadores muestran niveles de desconfianza hacia el contenido generado por IA comparables a los de profesiones no creativas previamente automatizadas	Chen y Wang (2024)
Percepción de amenaza laboral	El temor al reemplazo modera significativamente la intención de uso de herramientas de IA entre profesionales del diseño	Yang (2024)
Percepción sectorial (contexto español)	Coexisten percepciones de amenaza y de oportunidad entre los profesionales en ejercicio, sin consenso dominante	Massaguer Busqueta y Alcaraz-Martínez (2025)

Dimensión de la identidad profesional	Hallazgo principal	Fuente
Reconfiguración de competencias	La IA reorganiza el perfil profesional en cuatro paradigmas de aplicación a lo largo del flujo de trabajo, exigiendo nuevas competencias de curaduría y dirección creativa	Zhang et al. (2024)
Adaptación ética y supervisión humana	La IA no sustituye al diseñador, pero exige una supervisión humana constante fundamentada en transparencia, equidad y responsabilidad	Hernández Cerda (2025)

Nota. Elaboración propia a partir de la síntesis de las fuentes citadas en cada fila (2024-2025).

El Cuadro 2 permite advertir que, si bien existe evidencia consistente sobre la ansiedad profesional que genera la IA generativa entre los diseñadores gráficos, la literatura más reciente tiende a matizar la hipótesis de sustitución total del profesional por una hipótesis de reconfiguración de competencias. Zhang et al. (2024), en una síntesis interpretativa crítica sobre la aplicación de la IA en el diseño gráfico, identifican cuatro paradigmas de incorporación de estas herramientas a lo largo del flujo de trabajo profesional, y concluyen que el efecto dominante no es la eliminación del rol del diseñador sino su desplazamiento hacia funciones de curaduría, dirección de arte y validación crítica de los resultados generados, funciones que exigen justamente el tipo de criterio estético y comunicacional que la IA generativa, por sí sola, no puede reproducir de forma autónoma.

Esta lectura es coherente con los hallazgos de de Cremer et al. (2024), quienes, mediante dos estudios experimentales, muestran que las personas tienden a ser más creativas trabajando de forma autónoma que editando contenido ya generado por un sistema de IA, pero que ese déficit de creatividad desaparece cuando el diseño de la interacción humano-IA favorece deliberadamente la autoeficacia del usuario humano. Este hallazgo es consistente con el concepto de "sinestesia generativa" propuesto por Lee y Zhou (2024) a partir del análisis de

más de cuatro millones de obras visuales, según el cual la IA generativa incrementa la productividad y el valor percibido de la producción creativa humana cuando se articula como complemento exploratorio y no como sustituto del juicio estético del creador. En el ámbito educativo, Camba y Bartlett (2024) y Sánchez Borrero (2025) convergen en señalar que la alfabetización crítica en IA generativa —entendida como la capacidad de comprender sus alcances técnicos, sus límites éticos y sus implicaciones de autoría— se está consolidando como una competencia curricular indispensable para la formación de las nuevas generaciones de diseñadores gráficos, en la medida en que de ella dependerá su capacidad de posicionarse como directores de un proceso creativo híbrido y no como operadores desplazados por él. En conjunto, los tres bloques de resultados sugieren una conclusión transversal: la inteligencia artificial generativa no actúa como una fuerza homogénea sobre el diseño gráfico, sino que produce efectos diferenciados según la etapa del proceso, el marco jurídico-ético en juego y el grado de agencia que conserva el diseñador sobre la dirección creativa del proyecto. Esta lectura matizada, respaldada por Hofman (2024) y por van der Maden et al. (2025) —quienes advierten contra las simplificaciones discursivas ("semantic stopsigns") que reducen el debate sobre IA y diseño a posiciones extremas de entusiasmo o rechazo—, constituye el punto de partida para las conclusiones de este artículo.

CONCLUSIONES

La evidencia bibliográfica sistematizada en este artículo permite sostener que la inteligencia artificial generativa está transformando el proceso creativo del diseño gráfico de manera desigual según la etapa proyectual: interviene con fuerza en la ideación y el bocetaje, donde amplía el repertorio de alternativas visuales exploradas por el diseñador, y presenta mayores riesgos en la etapa de revisión crítica, donde la inmediatez de sus resultados puede desplazar el tiempo dedicado a contrastar la pieza producida con los objetivos comunicacionales del

proyecto. Esta constatación obliga a rechazar tanto la lectura optimista que asume que la IA mejora automáticamente cualquier fase del proceso de diseño, como la lectura alarmista que la presenta como una sustitución total del criterio profesional.

En materia de autoría, el análisis muestra que la discusión académica y jurídica está lejos de resolverse: coexisten posturas que reivindican la autoría del usuario que construye las instrucciones textuales de un sistema generativo, posturas que cuestionan la legitimidad misma del entrenamiento de estos modelos con obras protegidas sin consentimiento, y respuestas técnicas defensivas que buscan proteger el estilo de los creadores ante la ausencia de marcos regulatorios claros. Esta indefinición normativa constituye, en sí misma, un hallazgo relevante para la práctica profesional del diseño gráfico, que deberá operar durante un periodo prolongado bajo condiciones de incertidumbre jurídica respecto a la propiedad intelectual de las piezas producidas con asistencia de IA.

Respecto a la identidad profesional, se concluye que la literatura reciente tiende a matizar la hipótesis de sustitución del diseñador gráfico por una hipótesis de reconfiguración de su rol hacia funciones de curaduría, dirección de arte y validación crítica de los resultados generados algorítmicamente. El valor diferencial del diseñador no desaparece, pero se desplaza: de la ejecución técnica hacia el juicio estético, ético y comunicacional que ninguna herramienta generativa puede ejercer de forma autónoma. Esta transformación exige, en consecuencia, una actualización de las competencias que se enseñan y se valoran en la formación y en el ejercicio profesional del diseño gráfico contemporáneo.

Quedan abiertas líneas de investigación que trascienden el alcance documental de este estudio. Sería necesario, en primer lugar, contrastar empíricamente estos hallazgos mediante estudios de campo con diseñadores gráficos en ejercicio en el contexto ecuatoriano y latinoamericano, dado que la mayor parte de la evidencia revisada proviene de contextos

anglosajones y asiáticos. En segundo lugar, resulta pertinente examinar cómo evolucionará el marco jurídico sobre propiedad intelectual de obras generadas por IA en las legislaciones nacionales de la región, un vacío normativo con consecuencias directas para el ejercicio profesional del diseño. Finalmente, se sugiere profundizar en el desarrollo de marcos curriculares específicos que integren la alfabetización crítica en IA generativa como eje formativo transversal en las escuelas de diseño gráfico, tarea que se comparte como agenda pendiente con la comunidad académica del área.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alaguero-Rodríguez, M., Rodríguez-Cano, S., Sáez-Velasco, S., & Delgado-Benito, V. (2024).

Analysing the impact of generative AI in arts education: A cross-disciplinary perspective of educators and students in higher education. *Informatics*, 11(2), 37.
<https://doi.org/10.3390/informatics11020037>

Bañuelos-Capistrán, J. (2024). Inteligencia artificial y frontera: Imagen generativa e imaginarios simbólicos México-Estados Unidos. *Palabra Clave*, 27(3), e2734.
<https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.3.4>

Braza Delgado, R. (2025). Eficacia comunicativa del diseño gráfico generado por inteligencia artificial. *Redmarka: Revista Académica de Marketing Aplicado*, 29(2), 180-199.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10524278>

Camba, J., & Bartlett, K. A. (2024). Generative artificial intelligence in product design education: Navigating concerns of originality and ethics. *International Journal of Interactive Multimedia and Artificial Intelligence*.
<https://doi.org/10.9781/ijimai.2024.02.006>

- Casteleiro-Pitrez, J. (2024). Generative artificial intelligence image tools among future designers: A usability, user experience, and emotional analysis. *Digital*, 4(2), 316-332. <https://doi.org/10.3390/digital4020016>
- Chen, C.-C., & Wang, S.-F. (2024). Exploring designer trust in artificial intelligence-generated content: TAM/TPB model study. *Applied Sciences*, 14(16), 6902. <https://doi.org/10.3390/app14166902>
- de Cremer, D., McGuire, J., & Van de Cruys, T. (2024). Establishing the importance of co-creation and self-efficacy in creative collaboration with artificial intelligence. *Scientific Reports*, 14, 18345. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-69423-2>
- Franceschelli, G., & Musolesi, M. (2022). Copyright in generative deep learning. *Data & Policy*, 4, e17. <https://doi.org/10.1017/dap.2022.10>
- Hagendorff, T. (2024). Mapping the ethics of generative AI: A comprehensive scoping review. *Minds and Machines*, 34(4), 1-52. <https://doi.org/10.1007/s11023-024-09694-w>
- Hanna, A., Gupta, A., Workman, D., Jiang, H. H., Flowers, J., Cheng, J., Brown, L., Khan, M., & Gebru, T. (2023). AI art and its impact on artists. En *Proceedings of the 2023 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society (AIES '23)* (pp. 363-374). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3600211.3604681>
- Hernández Cerda, L. M. (2025). El diseñador gráfico frente a la IA: Usos, impactos, ética y el futuro de la creatividad. *Paradigma Creativo*, 6(1), 38-55. <https://paradigmacreativo.uanl.mx/index.php/revista/article/download/66/33/324>
- Hofman, G. (2024). Towards a practical ethics of generative AI in creative production processes. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.03579>

- Hong, M. K., Hakimi, S., Chen, Y.-Y., Toyoda, H., Wu, C., & Klenk, M. (2023). Generative AI for product design: Getting the right design and the design right. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.01217>
- Lee, D., & Zhou, E. (2024). Generative artificial intelligence, human creativity, and art. PNAS Nexus, 3(3), pgae052. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae052>
- Lee, H., Cai, P., Pan, Y., & Zhu, Z. (2024). AI assistance in enterprise UX design workflows: Enhancing design brief creation for designers. Frontiers in Artificial Intelligence, 7, 1404647. <https://doi.org/10.3389/frai.2024.1404647>
- Massaguer Busqueta, L., & Alcaraz-Martínez, R. (2025). Diseño gráfico e inteligencia artificial: Usos y percepciones, ¿amenaza u oportunidad? Temes de Disseny: Nueva Etapa, (41). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10524833>
- Matias, C. F. (2024). Generative AI, copyright and emancipation: The case of digital art. Law, Technology and Humans, 6(2), 45-62. <https://doi.org/10.5204/lthj.3567>
- Mei, Y. (2024). Prompting the e-brushes: Users as authors in generative AI. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2406.11844>
- Muehlhaus, M., & Steimle, J. (2024). Interaction design with generative AI: An empirical study of emerging strategies across the four phases of design. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2411.02662>
- Paananen, V., Oppenlaender, J., & Visuri, A. (2023). Using text-to-image generation for architectural design ideation. Design Studies. <https://doi.org/10.1177/14780771231222783>
- Sánchez Borrero, G. (2025). Alfabetización en inteligencia artificial redefiniendo el diseño gráfico en la era digital: Creatividad transformacional, exploratoria y los desafíos éticos de la colaboración humano-máquina. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10600184>

Schneider, J., Sinem, K., & Stockhammer, D. (2024). Empowering clients: Transformation of design processes due to generative AI. arXiv.

<https://doi.org/10.48550/arXiv.2411.15061>

Shan, S., Cryan, J., Wenger, E., Zheng, H., Hanocka, R., & Zhao, B. Y. (2023). Glaze: Protecting artists from style mimicry by text-to-image models. En Proceedings of the 32nd USENIX Security Symposium. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.04222>

Shoaib, M. R., Wang, Z., Taleby Ahvanooey, M., & Zhao, J. (2023). Deepfakes, misinformation, and disinformation in the era of frontier AI, generative AI, and large AI models. arXiv.

<https://doi.org/10.48550/arXiv.2311.17394>

Sullivan, A., Mahdavi Goloujeh, A., & Magerko, B. (2024). Is it AI or is it me? Understanding users' prompt journey with text-to-image generative AI tools. En Proceedings of the 2024 ACM Designing Interactive Systems Conference (DIS '24) (pp. 1-16). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3613904.3642861>

van der Maden, W., van der Burg, V., Halperin, B. A., Jääskeläinen, P., Lindley, J., Lomas, D., & Merritt, T. (2025). When discourse stalls: Moving past five semantic stopsigns about generative AI in design research. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.08565>

Wadinambiarachchi, S., Kelly, R. M., Pareek, S., Zhou, Q., & Velloso, E. (2024). The effects of generative AI on design fixation and divergent thinking. En Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '24) (pp. 1-18). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3613904.3642919>

- Yang, H.-H. (2024). The acceptance of AI tools among design professionals: Exploring the moderating role of job replacement. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 25(3), 194-213. <https://doi.org/10.19173/irrodl.v25i3.7811>
- Yin, H., Liu, Y., & Zhang, Z. (2023). The exploration of integrating the Midjourney artificial intelligence generated content tool into design systems to direct designers towards future-oriented innovation. *Systems*, 11(12), 566. <https://doi.org/10.3390/systems11120566>
- Zhang, A., Huang, G., Li, H., Kong, L., Xue, T., & Luo, X. (2024). The application and impact of artificial intelligence technology in graphic design: A critical interpretive synthesis. *Heliyon*, 10(21), e40037. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40037>
- Zhuang, L. (2024). AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) infringes the copyright of human artists. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 34, 216-222. <https://doi.org/10.54254/2755-2721/34/20230293>
- Zou, X., Zhang, W., & Zhao, N. (2025). From fragment to one piece: A survey on AI-driven graphic design. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.18641>